



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Propuesta de mejora de las operaciones de control de calidad
para la satisfacción del cliente en la empresa ACAIL S.A.C
Negritos

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTOR:

Quevedo Guevara, Wilder Ricardo (orcid.org/0000-0001-7906-2535)

ASESOR:

Dr. Garcia Juarez, Hugo Daniel (orcid.org/0000-0002-4862-1397)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Gestión de la Seguridad y Calidad

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por ser mi guía y haberme permitido dar este paso tan importante en mi vida profesional, ya que sin él nada de esto hubiese sido posible.

A mis Padres por su amor, cariño, educación y valores que siempre me brindaron

Agradecimiento

La vida se encuentra plagada de retos, y uno de ellos es la universidad. Tras ver dentro de ella, me he dado cuenta de que más allá de ser un reto, es una base no solo para mi entendimiento del campo en el que me he visto inmerso, sino para lo que concierne a la vida y mi futuro.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA JUAREZ HUGO DANIEL, 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: "Propuesta de Mejora de las Operaciones de Control de Calidad para la Satisfacción del Cliente en la Empresa ACAIL S.A.C Negritos", cuyo autor es QUEVEDO GUEVARA WILDER RICARDO, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin con 20%, 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, 17 de Diciembre del
2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARCIA JUAREZ HUGO DANIEL DNI: 41947380 ORCID 0000-0002-4862-1397	Firmado digitalmente por: HDGARCIAJ el 10-01- 2022 11:23:54

Código documento Trilce: TRI - 0232324





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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, QUEVEDO GUEVARA WILDER RICARDO estudiante de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Propuesta de Mejora de las Operaciones de Control de Calidad para la Satisfacción del Cliente en la Empresa ACAIL S.A.C Negritos", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda citatextual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro gradoacadémico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, nicopiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
QUEVEDO GUEVARA WILDER RICARDO DNI: 73694295 ORCID 0000-0001-7906-2535	Firmado digitalmente por: WQUEVEDOG el 02-06-2022 18:55:24

Código documento Trilce: INV - 0698398

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de Figuras	vii
Índice de tablas.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	10
3.2. Variables y Operacionalización.....	11
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	11
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	12
3.5. Procedimientos	13
3.6. Método de Análisis de Datos	14
3.7. Aspectos Éticos.....	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS	

Índice de Figuras

Figura 1 Resultados de la evaluación de la dimensión cumplimiento de tiempos.	15
Figura 2 Resultado de la evaluación de la dimensión proceso productivo	16
Figura 3 Resultados de la evaluación de la empatía.	17
Figura 4 Proceso productivo de la empresa ACAIL SAC.....	20
Figura 5 Instalaciones del Taller ACAIL S.A.C.	22

Índice de tablas

Tabla 1 Población, muestra y muestreo	12
Tabla 2 Técnicas e Instrumentos	12

Resumen

El presente trabajo busca evaluar la calidad del servicio brindada por la empresa ACAIL S.A.C en base a 3 aspectos que son: cumplimiento de tiempos, proceso productivo y empatía se efectuó una encuesta a cada empresa que se le presto servicios en los últimos 8 meses a un promedio de 15 empresas para tener un diagnóstico exacto de las razones por la cual se perdió de clientes cuando al iniciode la fundación de esta empresa se tenía demanda de clientes.

Al evaluar cada dimensión por los clientes se apreció disconformidad en cada factoren algunos aspectos casi la mayoría considera adecuado como es en el proceso productivo, pero hay un factor pequeño que piensa lo contrario como en la empatíaes totalmente diferente consideran los clientes que no hay nada de ello y por dicharazón prefieren tener los servicios de otra empresa, por eso se considera cada factor importante porque no hay equilibrio.

En base a estos resultados se propone estrategias acordes a la situación de la empresa no podemos hablar de una inversión cuando la empresa se encuentra enuna situación que requiere salir a flote es por eso la importancia de realizar estrategias austeras como por ejemplo alianzas y mejoramiento interno en vías decrecimiento.

Palabras Clave: Control de Calidad, empatía, proceso productivo.

Abstract

This work seeks to evaluate the quality of the service provided by the company ACAIL

S.A.C based on 3 aspects that are: compliance with times, process productivity and empathy, a survey was carried out on each company that was loaned services in the last 8 months to an average of 15 companies to have an exact diagnosis of the reasons why clients were lost when at the beginning of the foundation of this company there was a demand from clients.

When evaluating each dimension by the clients, disagreement in each factor was appreciated in some aspects, almost most consider it adequate as it is in the production process, but there is a small factor that thinks otherwise, as in empathy it is totally different, the clients consider that there is no None of this and for this reason they prefer to have the services of another company, that is why each factor is considered important because there is no balance.

Based on these results, strategies are proposed according to the situation of the company we cannot speak of an investment when the company is in a situation that requires a float that is why it is important to carry out austere strategies such as growing alliances and internal improvement.

Keywords: Quality control, empathy, productive process.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas pequeñas se esmeran dentro de sus posibilidades en lograr la satisfacción del cliente por medio de un control de calidad esto mayormente ocurre cuando una empresa recién está empezando en el ámbito empresarial y se encuentra en un proceso de captación de clientes.

(Parodi,2017) Describe que la importancia de la satisfacción del cliente en el ámbito empresarial es innegable, ya que un cliente contento no solo se convierte en un activo para la empresa, sino que también es probable que regrese a utilizar sus servicios y comparta opiniones favorables sobre la compañía, lo que a su vez puede aumentar los ingresos de la empresa

Lograr satisfacer al cliente por un determinado servicio es sumamente importante porque de ello dependerán futuros trabajos o de lo contrario obtener servicios constantes. Se busca proponer mejoras en la calidad que se define como el conjunto de propiedades y características de un servicio que dará la aptitud adecuada para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas, no se tratará de trabajar más o de gastar más, se trata de hacerlo de una forma más racional.

En esta investigación tome como referencia la empresa ACAIL S.A.C la cual está ubicada en Negritos, Talara donde laboro en el área administrativa. La presente realiza servicios generales entre ellos construcción metal mecánicas y todo tipo de servicio, siendo esta anterior la cual genera más ingresos.

Las condiciones de esta empresa son las siguientes tiene un taller pequeño el cual está ubicado en el patio de una casa que no es lo ideal, tampoco presenta una oficina disponible para su atención y sobre todo en la parte operativa que es la más fundamental para lograr un producto que cumpla con la expectativa del cliente, esta deberá mejorar para propagar un buen servicio generando satisfacción de clientes y también de nuevos.

Al analizar detalladamente cada uno de los procesos críticos, se han identificado oportunidades para mejorar su eficiencia, lo que facilitará la consecución de los objetivos y permitirá proponer soluciones para mitigar las debilidades identificadas en el área (Bernal, 2018).

Mejorar el control de calidad de la empresa ACAIL S.A.C se debió mejorar las condiciones del lugar de trabajo, es decir ser más organizado teniendo un control en el estado de las máquinas y herramientas empleadas en el trabajo a realizar.

También la calidad de los materiales empleados para la fabricación de piezas metal mecánicas, al ser pequeña la empresa los proveedores son muy variables.

Al realizar la fabricación de estos trabajos se debió tener sumamente cuidado en la manipulación al momento de soldar, desde la persona involucrada y también de la pieza por realizar, respetando las medidas de cada trabajo solicitado. Cuando se tenga el producto realizado se debió pasar por un control de revisión antes de la entrega (revisión de ralladuras, imperfectos en el producto realizado).

Brindar al cliente facilidades para su respectiva entrega adicionando el servicio de transporte y verificando con el cliente el trabajo realizado. Se debió hacer la entrega de una ficha de sugerencia para saber de esta manera su opinión del servicio y así ir mejorando para lograr ser competitivo, eficiente teniendo en cuenta la zona donde se encuentra la empresa en la cual no hay muchos talleres que realicen estos trabajos y estando cerca a empresas como SAVIA, SPC y otras.

ACAIL S.A.C se formó hace 8 meses, trabajando de la mano con otra empresa teniendo como cliente a SAVIA de manera tercerista, posteriormente debido a las buenas relaciones laborales se logró otras prestaciones de servicios tanto con empresas, como con personas naturales.

La visión y misión de la empresa es cumplir los estándares de calidad y crecimiento empresarial posicionándose en el mercado local. Pero en la práctica esto no se cumple del todo es por ello mi interés en realizar esta mejora

en el control de calidad. De lo descrito anteriormente este será la formulación del problema general de la investigación ¿Cómo se mejorará las operaciones de control de calidad para lograr satisfacer a los clientes en la empresa ACAIL S.A.C.? El cual dirige a los siguientes problemas específicos, (a) ¿De qué manera se evaluará la calidad del servicio actual que brinda la empresa ACAIL S. A.C a las empresas del sector en Negritos? (b) ¿Qué estrategias de control de calidad se requieren para brindar satisfacción a los clientes de la empresa ACAIL S. A.C? (c) ¿Cuáles será el costo beneficio de mejorar el control de calidad para satisfacer a los clientes? La justificación será del tipo práctico porque a través de esta investigación buscaremos mejorar las condiciones de la empresa ACAIL S.A.C la cual hoy en día si bien hay clientes aun presenta deficiencias.

Tiene problemas en temas administrativos, operativos lo que hacen que los trabajos realizados no pasen por un control de calidad adecuado se propone las estrategias de mejora dando por resultado clientes a gusto con el servicio brindado.

Para esta investigación se propuso identificar la problemática que presenta esta empresa de servicios tomando como referencia lo que indica el autor Juran Josephen su concepto de calidad "Trilogía de Juran", la cual tome para poder identificar y definir los problemas para su solución a mediano plazo.

Sera del tipo metodológico porque para establecer las estrategias tome como método el uso de entrevistas como instrumento para de esta manera los clientes evalúen los servicios prestados y poder tener definido los cambios o propuestas que se deben realizar a los procesos que involucran la fabricación de las piezas metal mecánicas.

Del tipo social porque la razón para la elaboración de esta investigación es mejorar las condiciones de ACAIL S.A.C., en mi condición de practicante vi la necesidad de hacer cambios, considero que esta empresa a pesar de ser pequeña tiene potencial para ser competitiva, pero para lograr se debe empezar por tener un cuidado

minucioso en cada parte del proceso que involucra no solo la parte administrativasino operativa.

Lograr ser líder como empresa es un reto porque es la combinación de calidad, precio y puntualidad son factores que para alcanzarlos será todo un proceso. Para remediar estas dificultades propondré el siguiente objetivo general: Proponer mejoras en las operaciones de control de calidad para la Satisfacción de los clientes en la empresa ACAIL S.A.C. Además, se presentará ñlos siguientes objetivos específicos, (a) Evaluar la calidad del servicio actual que brinda la empresa ACAIL S.A.C en Negritos. (b) Establecer estrategias de control de calidad para brindar satisfacción a los clientes de la empresa ACAIL S.A. (c) Analizar el costo/beneficio que generara la aplicación de las mejoras propuestas en lalocalidad del servicio.

II. MARCO TEÓRICO

Para la presente investigación el cual mi objetivo es proponer mejoras en el control de calidad para satisfacer a los clientes mostrare las deficiencias de la empresa que he tomado para realizar dicha mejora logrando competitividad y satisfacción en los clientes.

Este proyecto se analizó cada etapa o proceso para de esta manera corregir los errores que se cometen y que son factores negativos para la productividad de la empresa y de los servicios que se tiene a cargo. Se tomó como referencia los siguientes trabajos de investigación para mi análisis a la empresa ACAIL S.A.C.: **Siancas C & Liza C. (2016)**, realizó la investigación titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”. La presente investigación tiene como propósito estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de la ciudad de Trujillo, su contribución está en otorgar información a la gerencia para la toma de decisiones pertinentes, dado que en la actualidad la calidad de servicio es un tema muy importante e indispensable para cualquier negocio ya que de este depende el fracaso o éxito de las organizaciones.

Se emplearon diversas técnicas de recopilación de datos, como encuestas, entrevistas y análisis documental, para evaluar la percepción de los clientes externos sobre la calidad del servicio proporcionado por la entidad bancaria y su nivel de satisfacción. Para este fin, se utilizó el cuestionario SERVQUAL, una herramienta ampliamente reconocida en investigaciones, basada en la teoría de los GAPS, que analiza las discrepancias entre las expectativas y percepciones de los clientes en relación con la calidad del servicio y la satisfacción. Después, se empleó estadística descriptiva para examinar el comportamiento de las variables de interés, seguido por la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman para evaluar la fuerza de la asociación entre estas variables.

Solís H. (2017), se ejecutó el trabajo de investigación titulado “Mejora

de Calidad de Servicios de una Empresa de Alimentos, Los Olivos 2017". El principal objetivo de este estudio es proponer un plan de mejora en la calidad del servicio para una empresa de alimentos, Los Olivos 2017. Por ello, se plantea la implementación de herramientas que promuevan un servicio de alta calidad. En esta investigación, se adoptó un enfoque holístico de tipo mixto, utilizando un diseño proyectivo con un enfoque transversal no experimental. Se llevó a cabo un cuestionario dirigido a 30 clientes y una entrevista con la empresa, lo que facilitó el desarrollo de propuestas para abordar los problemas identificados.

El problema identificado está relacionado con el servicio al cliente y la fidelización. Para abordarlo, se proponen actividades destinadas a mejorar la calidad del servicio. Esto implica la elaboración de un Manual de Organización y Funciones (MOF), en el cual se detallan las responsabilidades específicas de cada área funcional. Además, se plantea la implementación de un programa de fidelización de clientes, orientado a aumentar las ventas y mejorar la rentabilidad. Asimismo, se considera la realización de talleres de capacitación para mejorar la atención al cliente.

Se propone ofrecer un servicio personalizado y llevar a cabo la remodelación del establecimiento. Además, se plantea incentivar al personal y comprometerlo con la mejora continua, asegurando el uso adecuado de los procesos establecidos para garantizar un servicio de alta calidad.

A continuación, se mencionan las teorías relacionadas con respecto al tema según:

Según Domínguez (2018) define que la comprensión de los conceptos de servicio y calidad del mismo resulta fundamental para entender el propósito y las particularidades de los modelos de medición. Para asegurar la competitividad de los negocios, es imprescindible operar con calidad, es decir, ejecutar las tareas correctamente desde el inicio.

La competitividad de las empresas se refleja en su capacidad para ofrecer bienes y servicios de manera eficiente, con precios competitivos y una calidad en constante mejora. Esto les permite competir y ganar una mayor participación en el mercado, tanto a nivel nacional como internacional.

La calidad en el servicio es un aspecto crucial para la competitividad empresarial, ya que está directamente vinculada con la capacidad de satisfacer a los clientes o usuarios. Implica llevar a cabo cada etapa del proceso de producción de manera adecuada. Su relevancia radica en que la satisfacción del cliente contribuye a aumentar su preferencia y lealtad hacia el producto o servicio ofrecido.

En base a Siancas (2016) indica que para las empresas y para las personas, es algo imprescindible. Hoy en día una empresa que trabaje sin orientación a la calidad,

o que un cliente no tenga en cuenta la calidad en el producto que busca para satisfacer su necesidad.

Las referencias anteriores descritas me ayudaron a justificar el planteamiento de la investigación para dar la mejor visión para el desarrollo buscando las mejoras para lograr tener un buen control en las operaciones y este me dé como resultado la satisfacción de los clientes.

Tomando importancia desde la ejecución del servicio solicitado brindando material de buena calidad y fabricación con un seguimiento exhaustivo para tener como resultado un producto que brinde al cliente calidad, logrando a un futuro ser reconocida la empresa por su labor y reconocimiento por parte de los clientes.

Toda empresa no por ser pequeña quiere decir que no sea competitiva para lograr este objetivo se debe tener bien claro metas a mediano y largo plazo. Cuando se es pequeña para lograr expandirse a nivel laboral siempre se debe buscar que su trabajo sea de calidad y puntualidad.

ACAIL S.A.C donde laboro actualmente vi la necesidad de mejorar en el aspecto de control de calidad, si bien se cuenta con buena gestión operativa carece de ciertos aspectos para lograr como por ejemplo el tema de organización tanto de la parte de personal como en la operativa al no tener un almacén para guardar trabajos realizados para su posterior entrega.

Falta de orden en lo que se refiere a las máquinas y herramientas con lo cual no está en condiciones para su conservación, carente de mantenimiento de máquinas y sobre todo no contar con un taller con todas las comodidades para de esta manera tener un espacio más amplio para poder realizar más trabajos y no estar a la espera de terminar un servicio para realizar otros. Para el cual propone el modelo Servqual, que como señalan **Zeithaml, Bitner y Gremler (2009)** está conformado por cinco dimensiones: Fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía

La empresa **ACAIL S.A.C** de acuerdo con los conceptos mencionados hay que indicar para mejorar el control de calidad se debe tener claro las deficiencias y éstas deben ser medidas por una técnica la cual será la de una ficha de sugerencia entregada al cliente que se le efectúa un servicio. Esta ficha estará reflejada en base a dimensiones con cada una con sus respectivos indicadores en los cuales nos permitirá evaluar la calidad de los servicios tomando los siguientes aspectos: Empatía, calidad, fiabilidad, elementos Tangibles y seguridad.

A través de estas dimensiones de acuerdo con los resultados se sabrá que mejor tomar para ofrecer un mejor servicio y así satisfacer al cliente. Sobre todo, saber exactamente el aspecto que se tiene mayor dificultad para evaluar de acuerdo con la opinión del cliente la mejora más oportuna y que se ajuste a la economía de la empresa.

Con relación a las estrategias que se trabajarán, **Getz y Lee (2011)** aseveran que el auténtico dominio de la estrategia reside en regir a la empresa a hacer disímiles deliberaciones y, por lo tanto, a tomar trabajos desiguales. Por deducido, en la realización, los cabecillas deben extender la plática entre ellos y la empresa a vecina de lo que esta formaría de modo desigual de arreglo con la nueva estrategia. Este coloquio explica la estrategia y promueve a la organización a actuar de manera coherente con ella.

Los líderes tácticos deben mantener una visión futurista constante, anticipando las influencias del entorno y los riesgos potenciales. Es crucial seleccionar las estrategias adecuadas para permitir que la organización se adapte rápidamente a los cambios previstos y minimizar los riesgos inherentes a dichos cambios.

Explorar nuevas líneas de actividad, expandir hacia mercados adicionales, atraer nuevos clientes, mejorar las políticas y flexibilizarlas en áreas como cartera, producción, comercialización y servicios de calidad, así como garantizar la seguridad de la información, son aspectos a considerar. Además, la contratación de nuevo personal, cambio de ubicación o apertura de nuevas sedes también pueden ser opciones a evaluar.

Sin embargo, según el autor, lo más crucial es mantener un diálogo continuo entre los directivos y el resto del equipo de la organización. Esto permite que ambas partes comprendan la necesidad de cambio, identifiquen oportunidades de crecimiento, exploren la posibilidad de ofrecer nuevos productos o servicios, y se comprometan con el logro de los objetivos establecidos por la organización. **(Contreras, 2013).**

Existen diversas estrategias que cada empresa puede considerar y aplicar, siempre teniendo en cuenta las condiciones actuales en las que opera y las acciones específicas que se deben fortalecer para dirigir la calidad del servicio hacia donde se desea.

Los Acuerdos de Niveles de Servicio (ANS) representan un entendimiento mutuo entre las partes interesadas, es decir, el cliente y el proveedor. Su objetivo es prevenir malentendidos o interpretaciones erróneas que puedan afectar la productividad del cliente.

La evaluación continua del servicio nos permite analizar las respuestas de nuestros clientes ante las acciones tomadas por la empresa, con el propósito de mejorar su percepción de la misma. Esta estrategia nos permite abordar de manera cuantitativa las condiciones abstractas en las que se desarrolla nuestro negocio.

Un manejo adecuado de quejas, reclamos y sugerencias contribuirá a que el cliente perciba el interés y la preocupación de nuestra empresa por mejorar la relación con él, así como el compromiso continuo de mejora.

III. METODOLOGÍA

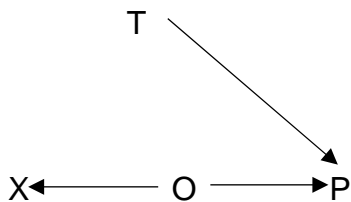
3.1. Tipo y Diseño de Investigación

La investigación que se presento es de tipo aplicada porque se realizó una entrevista en este caso a los clientes que tiene la empresa ACAIL S.A.C, por medio de este cuestionario en el cual se evaluó las necesidades y condiciones de los servicios prestados para mediante los resultados dar la mejor solución de acuerdo con el estado en que se encuentre la empresa a nivel productivo.

El diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal descriptivo según Hernández, Fernández y Baptista (2014) estos estudios se determinan porque indican la descripción, análisis, registro e interpretación de las variables, así como las etapas que lo conforman señalando sus características y propiedades. Investigación será del tipo cuantitativo porque mediante el uso de una encuesta mediré el servicio de calidad mediante los resultados de los clientes sabré el grado de satisfacción y calidad del servicio prestado. Transversal porque analizo la muestra obtenida de los resultados de esta encuesta en base a la variable que es evaluar las dimensiones o factores para mejorar el control de calidad.

Descriptivo porque se explicó el problema de esta investigación y la solución o mejora que se realizó para obtener resultados obtenidos esto se reflejó en la satisfacción de los clientes.

Sera el siguiente esquema:



X: Área operativa de la empresa ACAIL S.A.

O: Observación de los niveles de las operaciones de control de calidad.

T: Gestionar el área operativa

P: Propuesta de mejora.

3.2. Variables y Operacionalización

La variable independiente que se presentó en el estudio es “propuesta de mejora de las operaciones de control de calidad” que permitió conocer la condición actual, las fortalezas y debilidades expresadas desde el punto de vista de los clientes.

Como variable dependiente, presente la “satisfacción del cliente”, las mismas que son el producto de la variable independiente.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.

La población, también conocida como universo, en una investigación se refiere al conjunto teórico de casos que comparten al menos una característica observable y son objeto de estudio.

Por otro lado, la muestra es una selección específica que permite estudiar las características de la población. En lugar de analizar toda la población, se estudia una parte representativa de la misma (la muestra) para obtener conclusiones sobre el conjunto poblacional. En la presente investigación, se trabajó con la población, así mismo, se ha considerado como criterios de inclusión:

- Empresas que utilizaron los servicios de la empresa ACAIL S.A.C.
- Empresas establecidas en la provincia de Talara, distrito de la Brea.

Como criterios de exclusión se presentó:

- Empresas que utilizaron el servicio del 2019 hacia atrás.

Tabla 1 Población, muestra y muestreo

Indicador	Población	Muestra	Muestreo
Índice de cumplimiento de cotización.	Empresas que utilizaron los servicios de la empresa ACAIL S. A	15 empresas	15 empresas
Índice de compras de material adecuado.			
Índice de cumplimiento de tiempos establecidos.			
Índice de organización.			
Índice de personal capacitado.			
Índice de trabajo seguro.			
Índice de disposición para ayudar a los usuarios.			
Índice de personal dispuesto a resolver interrogantes.			
Índice de atención personalizada.	Trabajadores de la empresa ACAIL S.A Taller de la empresa ACAIL S. A	4 trabajadores (área de ventas y operativa) Infraestructura y maquinas	4 trabajadores (área de ventas y operativa)
Capacitación del personal. Extralimitarse solo a sus funciones. Seguimiento del proceso operativo de principio a fin.			

Fuente: Elaboración Propia.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La recolección de datos exige la utilización de técnicas para encontrarlos e instrumentos para registrarlos, y deben ser trabajados por indicador.

Tabla 2 Técnicas e Instrumentos

Indicador	Técnica	Instrumento
Índice de cumplimiento de cotización.	Entrevista	Cuestionario
Índice de compras de material adecuado.		
Índice de cumplimiento de tiempos establecidos.		
Índice de organización.		
Índice de personal capacitado.		
Índice de trabajo seguro.		
Índice de disposición para ayudar a los usuarios.		
Índice de personal dispuesto a resolver interrogantes.		
Índice de atención personalizada.	Observación	
Capacitación del personal. Extralimitarse solo a sus funciones. Seguimiento del proceso operativo de principio a fin.		
Costos de Mano de Obra por trabajo realizado. Costos de Materiales por actividad.		Cotizaciones

Fuente: Elaboración Propia.

En base a la investigación la técnica empleada es del tipo cualitativa la cual es la entrevista aplicada a las empresas que prestaron los servicios a la empresa ACAIL S.A, teniendo como instrumento un cuestionario basado en los indicadores de las dimensiones de la variable dependiente la cual será objeto de la recopilación de datos.

3.5. Procedimientos

Para evaluar el control y calidad del servicio de la empresa ACAIL S.A.C., se aplicó entrevistas (Cuestionario, anexo 04), a los representantes de cada empresa con las que se tiene trato directo, al cotizar y efectuar los trabajos de estructuras metalmeccánicas este será nuestro medio de recolección de datos.

Se procedió a organizar los nombres de cada empresa y su representante con sus respectivos datos, de esta manera se procedió a llamar a cada representante para citarlo en los horarios de disponibilidad para efectuar la entrevista.

En la entrevista que se realizó se le preguntó a cada representante de las empresas sobre factores como calidad del servicio (parte operativa y materiales usados), cumplimiento de tiempos (entregas del trabajo), relación con el personal (empatía) y también se pedirá al cliente describa alguna mejora que cree conveniente para mejorar el servicio.

Una vez de haber finalizado las encuestas tomadas a todas las empresas con las que se trabaja, se procedió a realizar un análisis y toma de decisiones críticas para proponer la mejora en las operaciones de control de calidad para la satisfacción de los clientes dándole la importancia a las deficiencias en el servicio, se debe entender que una falta de control en el proceso operativo está relacionado a una falta de calidad del servicio y por ende la insatisfacción del cliente dando resultado una disminución en los servicios lo cual generaría déficit a la empresa en su desarrollo.

3.6. Método de Análisis de Datos

Al evaluar a los clientes por medio del uso de un cuestionario, proporciona la percepción que tiene el cliente sobre el control y calidad del servicio el cual se le brinda en su momento sobre todo determinar mediante sus respuestas utilizando la escala de Likert del 1 al 5, donde uno indicara total insatisfacción del servicio prestado y 5 representa la satisfacción total.

Los resultados de este cuestionario me determino en qué estado se encuentra cada servicio que se prestó que se deberá mejorar y de cierta forma compararlo con el de empresas más establecidas buscando mejorar continuamente para ser competitivo obteniendo clientes satisfechos con nuestro servicio.

3.7. Aspectos Éticos

En la investigación científica y en el ejercicio profesional, es esencial actuar con integridad, mostrando transparencia en la gestión de los datos y la producción de información. Si los clientes lo solicitan, se garantizará la protección de su información mediante el análisis de los resultados de manera anónima. Esto se realiza sin comprometer el compromiso del investigador de asegurar la total veracidad y responsabilidad en el manejo de los datos e información durante la investigación.'

IV. RESULTADOS

En base a lo planteado en líneas anteriores se evaluó a las empresas que prestaron servicios en los últimos meses para determinar la calidad de servicio que da la empresa ACAIL S.A.C en base a 3 aspectos a evaluar, siendo estos: Cumplimiento de tiempos, proceso productivo y empatía.

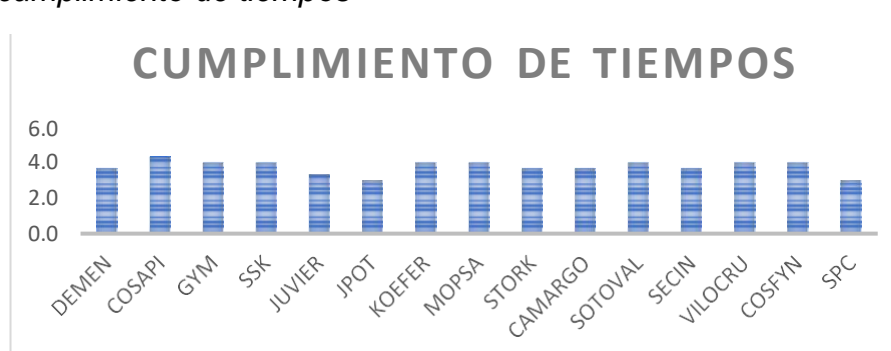
Se encuestó a 15 empresas (jurídicas, personales) que adquirieron servicios durante los últimos 8 meses, los cuales nos dieron resultados más concretos para tener un diagnóstico preciso a cada dimensión evaluada.

La evaluación de cada interrogante de este cuestionario (encuesta), se ha tomado la puntuación en base a la escala de Likert del 1 al 5, donde 1 demostraría una falencia grave de la empresa y un 5 representaría la satisfacción total del cliente.

Los resultados de la encuesta en base a la dimensión **CUMPLIMIENTOS DE TIEMPO** se ha tomado puntuación en base a la escala de Likert mencionada en líneas anteriores puede concluir que en este apartado es intermedio la aceptación de las empresas. En líneas más adelante se detallará estos resultados de acuerdo a cada cliente prestador del servicio de manera más específica.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta respecto a la dimensión cumplimiento de tiempos se detalla en la figura.

Figura 1 Resultados de la evaluación de la dimensión cumplimiento de tiempos



Fuente: Elaboración Propia.

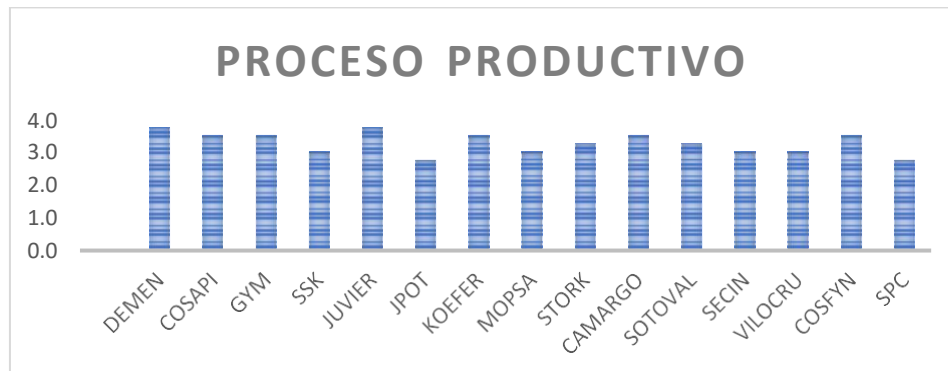
De acuerdo con la figura 2 con respecto a la dimensión de **CUMPLIMIENTO DETIEMPOS** se aprecia lo siguiente:

Empresas como **JPOT, JUVIER, DEMEN Y SPC** son empresas que no están conformes con el servicio debido a los constantes retrasos en las entregas tanto del trabajo como los informes del servicio, representando un 26 % de inconformidad en contra de la empresa ACAIL S.A.C.

Pero para empresas como **COSFYN, VILOCRU, COSAPI** y otras consideran que el servicio en base a esta dimensión evaluada si es aceptable porque se cumplió de principio a fin en lo que corresponde a sus entregas no solo de los trabajos sino de los respectivos informes, representando un 73,3 % de aceptación de parte de los clientes a favor de ACAIL S.A.C.

Para el caso de la evaluación de la dimensión **PROCESO PRODUCTIVO** se observa resultados variados entre las diferentes empresas que prestaron servicios (encuesta) tal como se muestra en la figura 3.

Figura 2 Resultado de la evaluación de la dimensión proceso productivo



Fuente: Elaboración Propia.

En la figura se aprecia los resultados de la encuesta evaluada en base a la dimensión **PROCESO PRODUCTIVO** tomada a las empresas que se realizó servicios en los últimos 8 meses se reflejó lo siguiente:

SSK, JPOT estas empresas consideran que la empresa **ACAIL S.A.C**, a pesar de haber sido recomendada por terceros como una buena alternativa y teniendo un soldador óptimo, reflejo para estos clientes deficiencia en el personal y en todo lo

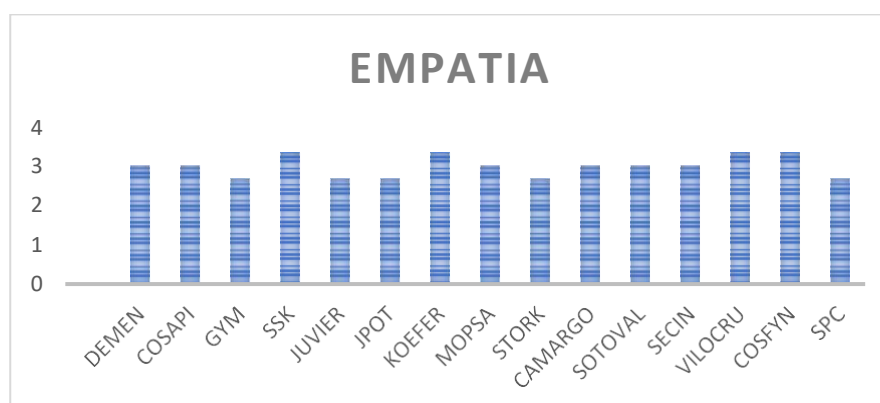
relacionado a la organización en las funciones de cada área, reflejando un 13 % en contra de la empresa ACAIL S.A.C.

En cambio, las otras empresas indican en base a su experiencia en el servicio prestado por parte de la empresa **ACAIL S.A.C** visualizaron un desempeño optimoen aspectos de organización, trabajo seguro, teniendo asi un 87 % de aceptación.

Por lo tanto, se aprecia que esta dimensión que es la de proceso productivo en promedio la mayor cantidad de empresas que se les presto el servicio indican que están de acuerdo y a gusto con la empresa **ACAIL S.A.C** en la manera como haejecutado los trabajos que se les solicito en su momento y parte de ellos aún siguensiendo clientes fieles.

Esta dimensión evaluada de la **EMPATIA**, se deberá considerar como uno de los aspectos más importantes razón por la cual se realizó su evaluación como parte de los factores en vías para la mejora del servicio de calidad se aprecian a simplemente variación en sus resultados de acuerdo con cada empresa como se observa en la figura 4 y en líneas posterior se explicará de manera específica estos resultados.

Figura 3 Resultados de la evaluación de la empatía.



Fuente: Elaboración Propia.

En la figura los resultados de la encuesta realizada a las empresas con

respecto a la dimensión **EMPATIA** se reflejó lo siguiente:

JUVIER, JPOT, STORK y otras indican que no son tan empáticos porque cuando se les ha pedido algún tipo de información como por ejemplo los avances del trabajo,

fotos del trabajo, el personal no ha tenido la mejor actitud y amabilidad para poder brindar estos datos por eso algunos están considerando no trabajar en un futuro con la empresa **ACAIL S.A.C** reflejando así un 73 % de clientes que no consideran empática a la empresa.

SSK, KOEFER, VILOCRU, COSFYM en cambio para estas empresas consideran que el personal ha sido sumamente empático, comunicativo y servicial al momento de solicitar algún tipo de información, por ello estas empresas siguen mantenimiento relaciones comerciales con la empresa **ACAIL S.A.C**, siendo un 27 % de clientes a gusto que consideran seguir teniendo relaciones comerciales constantes.

En base a esta dimensión los resultados se manifiestan no tan favorable porque esto nos causaría disminución en los servicios que presta la empresa **ACAIL S.A.C**, se debe tomar sumamente énfasis en mejorar este aspecto.

Como resultado de la encuesta se encontró las dimensiones que presentan déficit por lo cual se realizará la estrategia para mejorar el control de calidad para de esta manera satisfacer a los clientes de la empresa **ACAIL S.A.C**.

En base a los resultados mencionados se planteó la estrategia de control adecuada en base a cada dimensión evaluada y lo que necesita mejorar.

CUMPLIMIENTO DE TIEMPOS

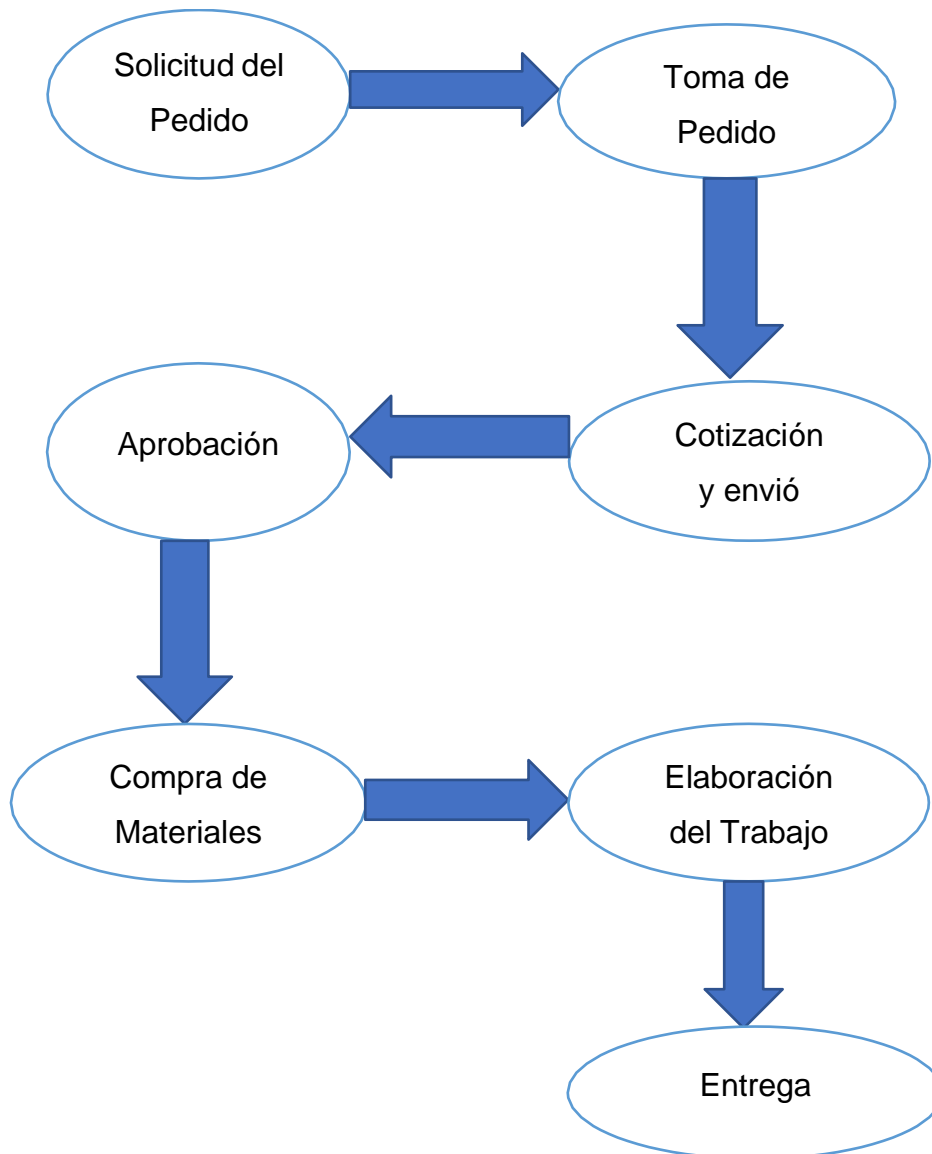
Como se mencionó en las líneas anteriores son 3 las empresas que no están conforme con este aspecto por lo que se debe en lo posible establecer un flujograma en las operaciones es decir establecer un tiempo para cada etapa que comprende, comunicación vía correo electrónico al cliente haciéndole de conocimiento el estado de su servicio contratado para evitar este tipo de

retrasos que en ocasiones han generado la pérdida de un cliente es decir decaimiento en los niveles de ingresos de la empresa ACAIL S.A.C no está para perder clientes eso no favorece la imagen de la empresa.

Lo mencionado anterior sería de gran ayuda, siendo un trabajador más de la empresa es lo más recomendable como encargado de realizar cotizaciones esta estrategia podría tomar la responsabilidad de efectuarla tomando en cuenta que la empresa solo se mantiene con lo necesario debido a que se han perdido clientes tanto como la deficiencia en aspectos de organización, de entrega de trabajos y en algunos casos no tener el material para algunos trabajos solicitados.

Debiendo tener un proceso de manera organizada desde la solicitud hasta la entrega del trabajo.

Figura 4 Proceso productivo de la empresa ACAIL SAC



Fuente: ALCAIL SAC

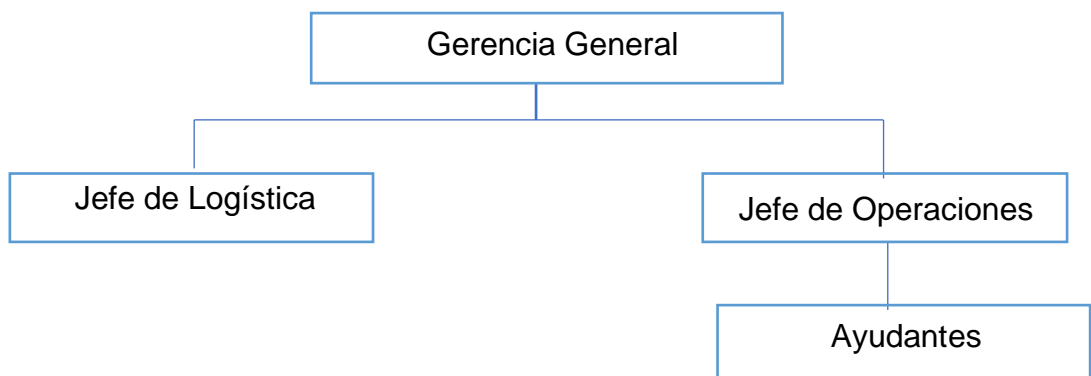
Este esquema muestra el proceso que con lleva desde la solicitud del trabajo hasta su entrega al cliente en a los tiempos establecidos y al contrato. Se debería pasar un control exhaustivo en las operaciones metalmecánicas.

También como parte de la estrategia se debe en ciertos casos de sobrecarga de trabajo contratar a más personal, pero pagándoles solo por jornada para lograr entregar los trabajos a tiempo y de esta manera crear una cultura de fidelización con los clientes de respeto, valor por seguir trabajando en conjunto.

Actualmente teniendo poco personal en la empresa debido a que no se cuenta con ingresos fijos es por eso la necesidad de mejorar de manera interna así lograr recuperar clientes.

Como se aprecia en el siguiente organigrama donde en cada área solo hay una persona excepto en lo que respecta a ayudantes que se cuenta actualmente con dos personas.

Figura 5 Organigrama de la empresa ACAIL SAC



Fuente: ALCAIL SAC

PROCESO PRODUCTIVO

Los resultados muestran que esta dimensión tiene gran aceptación hay solo dos empresas que no tiene la misma apreciación, se debe considerar que la empresa **ACAIL S.A.C** al ser pequeña es decir tener personal limitado en ciertas ocasiones, se presentan problemas de organización.

En lo posible buscar alianzas con otras empresas del sector metalmecánicas para así lograr crecer empresarialmente aprovechando la acogida que tienen los servicios y la relación laboral porque de esto dependerá y así de esta manera mejorar también en el aspecto productivo con la

adquisición de materiales, máquinas mientras mejor sea la calidad de los productos elaborados mayor será la acogida de nuevos clientes. Eso sería conveniente así se tendría un mejor taller que el que se tiene el cual está ubicado en el patio de una casa lo cual no da ni seguridad y mucho menos comodidad.

Figura 5 Instalaciones del Taller ACAIL S.A.C.



Fuente: Elaboración Propia.

EMPATÍA

Esta dimensión, aunque parezca no es la menos importante sino al contrario es uno de los pilares en lo que respecta un servicio de calidad, en base a los resultados indican empresas como **JUVIER, JPOT, STORK** y otras que no han sido atendido sus pedidos como fotografías del trabajo, avances del trabajo, etc más aun al no ser entregados se trató al cliente de mala forma la razón por la cual estas empresas mencionadas no desean más trabajar debido a este personal que considere incompetente.

Según Ciocoiu (2008) define el diagrama de Ishikawa como una representación visual de las posibles causas que pueden originar un problema o riesgo. Por lo tanto, se ha elaborado un "Diagrama de

Ishikawa" (también conocido como diagrama de causa y efecto), teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las empresas que brindaron servicio en el año 2021.

Como se menciona en líneas anteriores el beneficio de aplicar estas estrategias para tener un buen control de la calidad en las operaciones traerá como beneficio recuperar clientela y sobre toda la confianza, mostrando que ACAIL S.A.C está dispuesto a realizar cambios en vías de su crecimiento claro esta para empezar lo tendrá que hacer de manera austera sería muy arriesgado el realizar algún tipo de préstamo para adquisición de nueva maquinaria, local y adquirir más trabajadores, se considera el realizar alianzas con empresas pequeñas como por ejemplo XIALEIRL, sería de ayuda para poder cumplir con los trabajos y sobre todo para ampliarla cartera de clientes porque la mencionada empresa se encuentra ubicada en Talara estando cerca a empresas que requieren este tipo de trabajos que son construcciones metal mecánicas.

En base a las dimensiones evaluadas se deberá evaluar los costos que genera esta mejora en el control de calidad por ejemplo en lo que respecta:

Cumplimiento de Tiempos

Se deberá no solamente hacer un flujograma sino un programa práctico para que de esta manera el cliente le haga seguimiento al servicio contratado.

Costo Programa: S/ 200.00

Técnico Encargado: S/ 70 (costo por consulta)

Proceso Productivo

Para que esta dimensión mejore se debe contratar personal, alquiler o compra de un local y maquinaria (Materiales).

Costo de Personal

1 soldador: S/80.00 (por día)

2 ayudantes: 50 (por persona) =

S/100.00 Alquiler : S/1500.00 (zona de

Negritos) Maquinaria de Soldar: S/

6300.00 (promedio)

Implementos de Seguridad: S/300.00 (costos promedio) (guantes, caretas, lentes, mascarillas).

Empatía

Para tener un mejor trato hacia los clientes prestadores del servicio se deberá: Capacitaciones : S/800.00 (4 capacitaciones mensuales) Lo mencionado anteriormente será la inversión promedio que asciende a un monto de S/9170.00 que debe hacerse para poder mejorar el control de calidad de esta empresa que requiere para poder seguir operando y no perder más su cartera de clientes, sin considerar lo que respecta a gastos de personal el cual ante una gran demanda de trabajo con la contratación de un soldador el cual laboraría el mes sería su salario de S/2400.00 y dos ayudantes que solo se les contrataría por 15 días a ambos sería un costo total por ambos de 1500.

Sumando con los otros gastos estarían hablando de una inversión total de S/13070.00. Al realizar esta inversión el beneficio se reflejará en mayor toma de trabajos de piezas metalmecánicas teniendo mayor personal las entregas no tendrán demora y así se recupera la cartera de clientes. Contando con un soldador será ideal porque actualmente esa labor la tiene solo una persona y eso muchas veces nos ha causado retrasos y rechazo de trabajos.

V. DISCUSIÓN

La evaluación de la calidad del servicio en la empresa ACAIL S.A.C se llevó a cabo mediante una encuesta dirigida a sus clientes que reciben el servicio. Esta encuesta se basó en el trabajo previo de Pedraza (2015), quien la utilizó para identificar las áreas donde la calidad del servicio hospitalario estaba fallando. La encuesta constaba de 20 preguntas que evaluaban las percepciones de los usuarios en cinco dimensiones: elementos tangibles, proceso productivo, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, según lo establecido por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Los resultados revelaron que, en relación al primer objetivo de diagnosticar el nivel de calidad del servicio, la dimensión de capacidad de respuesta obtuvo una puntuación de 2.7, mientras que el proceso productivo obtuvo una puntuación de 2.6. Estas dos dimensiones fueron identificadas como las áreas con mayores deficiencias. Se realizó una comparación detallada de estas dimensiones mediante el análisis de cada pregunta individual, siguiendo un enfoque similar al de Ganga, Alarcón y Pedraja (2019), quienes investigaron la medición de la calidad del servicio en un juzgado en una ciudad chilena.

De acuerdo con Montilla (2003), la calidad se define como la percepción que tiene el cliente sobre un producto, constituyendo una concepción mental en la cual el consumidor asume que dicho producto o servicio cumple con sus expectativas y tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, según Bitner y Hubert (1994), la calidad se entiende como un juicio personal y subjetivo que el consumidor realiza sobre la excelencia de un servicio o empresa, y representa un factor determinante crucial para el éxito empresarial.

En cambio, de acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas a

las empresas prestadoras del servicio permitirá plasmar la propuesta de mejorar en la calidad del servicio en la empresa **ACAIL S.A.C.**

Con respecto a uno de los objetivos que consiste en evaluar la calidad del servicio actual que presta la empresa **ACAIL S.A.C** se apreció que en base a las 3 dimensiones evaluadas la que necesita de mayor atención es la **empatía** en los clientes de las empresas que solicitan los servicios, se deberá por parte de la empresa ACAIL S.A.C., un seguimiento de este personal que interactuó en la comunicación y coordinación con estos clientes para saber con claridad y de la mano con la ayuda de los datos obtenidos en la encuesta realizar los correctivos necesarios porque este factor está siendo muy negativo para la empresa.

El ser empático es reflejar la impresión de que uno tiene interés hacia la otra persona que busca solucionar su problema. Para lograrlo, es crucial contar con un personal amable y carismático. Podemos implementar una serie de prácticas obligatorias para nuestros empleados, como el SBAM (sonríe, hola, adiós, gracias), según lo propuesto por Rahman (2014, p.146). Cuando el cliente es recibido por su nombre, se le asigna su mesa preferida en el restaurante, se reconoce su voz por teléfono u ofrecer una solución rápida a sus necesidades, experimentará una sensación de bienvenida (Rahman, 2014, p.146).

Por el contrario (Castillo, 2016) en su proyecto “diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la cooperativa de ahorro y crédito nuestra señora del rosario”, indica que su factor de empatía es óptimo es decir esta empresa tiene mejores resultados porque da la importancia debida a través de un trato y postura como requiere los clientes.

La dimensión de cumplimiento de tiempos por el contrario de acuerdo con los resultados de la evaluación muestra un valor intermedio es decir un

porcentaje de los clientes consideran que presentan retrasos para las entregas situación que no debe darse porque hay un contrato y considera una pérdida de tiempo estar esperando cuando de eso depende poder avanzar en los servicios que estas otras empresas prestan.

La capacidad organizativa (Martínez y Olmedo, 2010), define, e indica qué stakeholders sería el adecuado para evaluar, teniendo en cuenta aspectos como el sesgo financiero presente en los resultados de algunos de los instrumentos de medición utilizados hasta ahora. Otro aspecto importante es determinar si es adecuado plantear y aplicar escalas de medición de la reputación con carácter formativo o reflectivo. Por último, es esencial considerar la existencia de una o varias reputaciones.

En cambio (**Jiménez, 2017**), en su proyecto “Reducción de Tiempo de Entrega en el Proceso Productivo de una Metalmecánica”, Se emplearon técnicas de análisis de causas para identificar los factores que afectan el cumplimiento de las entregas a tiempo, lo que condujo a la elaboración de una encuesta. Esta encuesta, dirigida a los operarios y otros involucrados en la producción, permitió priorizar dichos factores, los cuales se presentaron en un diagrama de Pareto. Este diagrama reveló que el 49.73% de los factores se encuentran relacionados con la etapa de planificación de la empresa, mientras que el 28% corresponden a la etapa de producción.

Está visto que invertir tanto en la estructura, maquinaria y capacitación del personal será de gran ayuda para mejorar el control de calidad de la empresa ACAIL S.A.C. que se ha visto afectado en los últimos meses en cambio **Serrano (2016)** en su investigación titulada “Los Costos de Calidad como Estrategia Empresarial” indica que para que marche todo bien en una empresa el empleador debe sentirse autorrealizado en sus metas dentro de su centro de labores hará que se incrementa la competitividad de la empresa y la suma de todos hará a la empresa que permanezca vigente y que aumente su cuota de mercado.

No debemos de olvidar que en ocasiones la cara de la empresa afuera la dan los mismos empleados, y una empresa con buena imagen conseguirá beneficios intangibles difíciles de cuantificar.

VI. CONCLUSIONES

Durante la evaluación de la calidad del servicio, se identificaron dificultades en los aspectos de seguridad y empatía. Estos problemas han sido la causa subyacente de la pérdida de clientes e ingresos para la empresa, lo que ha generado una mala percepción en el ámbito empresarial. Es decir, los clientes están insatisfechos debido a la prestación de un servicio inadecuado, con deficiencias en la comunicación y la falta de empatía por parte del personal ante cualquier problema. Estas dimensiones se deberán trabajar arduamente en minimizarlas, para así poder ser una empresa competente y responsable ante las otras empresas.

La propuesta de estrategias resultó fundamental, ya que permitirá a la empresa minimizar estas dificultades de manera continua. Es evidente que la falta de seguimiento al desempeño de este personal ha impedido mejoras significativas en lo que respecta a la atención al cliente, pero se buscará cambiar este panorama es decir de manera austera como se mencionó se tratará de que la empresa ACAIL S.A.C genere ingresos, confianza es decir tener un respaldo frente a otras empresas de este rubro que es muy solicitado por empresas aledañas que requieren construcciones metalmeccánicas o simples soportes.

La implementación de estas estrategias, por supuesto, conllevará un costo adicional para la empresa. Sin embargo, dado que la empresa está experimentando una disminución en los servicios, sería apropiado que el propio jefe o líder brinde las sesiones de capacitación. Esto se debe a que no solo los empleados deben participar en estas capacitaciones, sino todo el personal, desde los colaboradores hasta los jefes inmediatos. Esta opción sería la más adecuada en términos económicos. Al no tener un presupuesto se debe empezar por cambios de manera interna considerando que solo se tiene 5 personas en la empresa las alianzas y contratación de personal necesario solo por jornada es lo que ACAIL S.A.C. puede pagar por el momento es decir solo tener egresos bajos y necesarios.

Realizar la inversión en los aspectos mencionados en los resultados que

son infraestructura, personal y maquinaria será de gran ayuda para el despegue de la empresa para de esta manera crecer empresarialmente dentro del distrito de la Brea. Se requiere de S/ 13070.00 para lograr reducir estas ineficiencias a causa de falta de personal, maquinaria e infraestructura con la cual no se cuenta, para así lograr ser competitivo y dar mayor seguridad a los colaboradores teniendo un taller más adecuado que el que se tiene en la actualidad.

VII. RECOMENDACIONES

Aunque las deficiencias están identificadas claramente, es crucial monitorear al personal que pueda estar contribuyendo a estas fallas. En caso necesario, podrían ser reubicados en otras áreas si carecen de habilidades como la facilidad de palabra y la paciencia. Los resultados de las encuestas revelan un déficit en los tres factores evaluados, por lo que la eficiencia en todo momento debe ser prioritaria, ya que es lo que busca un cliente y también beneficia a la empresa al generar ingresos económicos.

Se deben realizar evaluaciones constantes de cada servicio prestado para conocer la percepción del cliente sobre el servicio recibido y, en caso de retroalimentación negativa, identificar las áreas en las que aún se están cometiendo errores. Para la formulación de estrategias, es esencial considerar no solo los cambios mencionados, sino también identificar los posibles problemas que puedan afectar a cada área. En ocasiones, la solución no radica únicamente en la capacitación, sino en abordar problemas personales que puedan estar afectando el desempeño laboral, lo cual debe ser tenido en cuenta.

Considerar la posibilidad de buscar un inversionista para mejorar es decir tener un taller adecuado, nueva maquinaria para así estar a la altura de las empresas de la competencia, muchas veces ser una empresa pequeña es difícil mantenerse más aun cuando se pierden clientes.

Para poder adquirir beneficios y poder costearlos se deberá conseguir no solo un inversionista sino agenciarse de préstamos, buscando nuevos clientes para de esta manera poder cumplir los compromisos de pagos, se deberá como una opción certificar al soldador esto sería de gran ayuda para la imagen de la empresa.

REFERENCIAS

CHUA, R., GRINA, F., & DEFEO, J. 2007. Análisis y planeación de la calidad (Vol. 5ta Edición). Mexico: Interamericana Editores S.A.

CIVERA, M. 2008. Análisis de la relación de la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido. Castellón de la plana, España.

COTTLE, D. W. 1991. El servicio centrado en el cliente: cómo lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios. Madrid: Díaz de Santos.

CONTRERAS, E., 2013. El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Pensamiento & Gestión, núm. 35, julio-diciembre, 2013, pp. 152-181.

DING, K., CHOO, W.C., NG, K.Y. and NG, S.I., 2020. Employing structural topic modelling to explore perceived service quality attributes in Airbnb accommodation. International Journal of Hospitality Management, 91.

DROGUETT JORQUERA, F. J. 2012. Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. Santiago, Chile.

DUTKA, A. F. 1998. Manual de AMA para la satisfacción del cliente. Buenos Aires: Granica.

EVANS, J.R. Y LINDSAY, W. M. 1999. The Management and Control of Quality. South Western College Publishing, Cincinnati.

EVANS, J. R. 2005. Administración y Control de la Calidad. Internacional Thomson Editores, México.

FERNÁNDEZ, M., 2002. Investigación Cuantitativa y Cualitativa. [En línea] 2002. <http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanto-cuali/cuanti-cuali.asp>

GARCÍA, R. MEJIA, 2013. Servicio al cliente. UMB Virtual.

GERSON, R. 1994. Cómo medir la Satisfacción del Cliente, mantenga la lealtad para siempre. México: 50 Minutos.

GONZÁLEZ BOLEA, L., CARMONA CALVO, M. Á., & Rivas Zapata, M. Á. 2007. Guía

para la medición directa de la satisfacción de los clientes. Instituto Andaluz de Tecnología.

GRIMA, C. P. 2000. Técnicas para la Gestión de la Calidad. Ed. Díaz de Santos. México.

GUAJARDO, G. 1996. Administración de la Calidad Total: Conceptos y Enseñanzas de los Grandes Maestros de la Calidad. Ed. Pax. México.

GUTIÉRREZ, P. H. 2005. Calidad Total y Productividad. Ed. McGraw Hill, México.

JARA, K. 2014. Estrategias de calidad en los servicios para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de la curtiembre cuenca S.A.C. Trujillo – La Libertad.

JURAN, J. M. 1993. Calidad y Satisfacción al Cliente. USA. MONTGOMERY, D.C., 1996. Introduction to Statistical Quality Control.

NING, X., SHANG, Y. and TSUNG, F., 2009. Statistical process control techniques for service processes: A review, Proceedings of the 2009 6th International Conference on Service Systems and Service Management, ICSSSM '09 2009, pp. 927-931.

OH, H., 1999. Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. Hospitality Management, 67-82.

OISEN, S., 2002. Comparative Evaluation and the Relationship Between Quality, Satisfaction, and Repurchase Loyalty. *Journal of the academy of marketing science*, 240-249.

PASCUAL, 2004. Modelos de calidad de servicio.

RAHMAN, M., KHAN, A., & HAQUE, M., 2012. A Conceptual Study on the Relationship between Service Quality towards Customer Satisfaction: Servqual and Gronroos's Service Quality Model Perspective. *Asian Social Science*, 201- 210.

RAI, A., & SRIVASTAVA, M., 2012. Customer Loyalty Attributes: A Perspective. *NMIMS Management Review*, 49-76.

REY, C. (1999). La satisfacción del usuario: Un concepto de alza. En J. J. FUENTES, *Evaluación de Bibliotecas y Centros de Documentación e Información* (pág. 138). Barcelona: Ediciones Trea.

ROES, K.C.B. and DORR, D., 1997. Implementing statistical process control in service processes. *International Journal of Quality Science*, 2(3), pp. 149-166.

SÁNCHEZ, H Y REYES, C. 2015. Metodología y Diseños en la Investigación Científica.

Lima: Visión universitaria.

SHAW, J., 1997. El cliente quiere...calidad. Otra forma -la mejor- de ver los negocios.

México: Prentice Hall.

SHOKOUHYAR, S., SHOKOOHYAR, S. and SAFARI, S., 2020. Research on the influence of after-sales service quality factors on customer satisfaction.

Journal of Retailing and Consumer Services, 56.

SINGH, A., PRASHER, A. and KAUR, N., 2020. Assessment of hospital service quality parameters from patient, doctor and employees' perspectives. Total, Quality Management and Business Excellence, 31(13-14), pp. 1467-1486.

SOARES-SILVA, D., DE MORAES, G.H.S.M., CAPPELLOZZA, A. and MORINI, C., 2020. Explaining library user loyalty through perceived service quality: What is wrong? Journal of the Association for Information Science and Technology, 71(8), pp. 954-967.

TSUNG, F., LI, Y. and JIN, J., 2008. Statistical process control for multistage manufacturing and service operations: A review and some extensions. International Journal of Services Operations and Informatics, 3(2), pp. 191-204.

VARO, J., 1994. Gestión Estratégica de la calidad en los servicios sanitarios. Madrid: Díaz de Santos S.A.

VAVRA, T. G., 2000. Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Madrid: FC Editorial.

VÁZQUEZ C., R., 1996. Estructura Multidimensional de la Calidad de Servicio en Cadenas de Supermercados. Desarrollo y Validación de la Escala Calsuper. (U. d. Cantabria, Ed.) Oviedo, España.

VIERA CASTILLO, D., Hicil M, R., & Orozco V, A., 2007. Validación de un instrumento

ANEXOS

Anexo 2. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala
V.D: Satisfacción del Cliente	La satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento o la actitud del cliente hacia un producto, una empresa o un servicio prestado por una empresa. La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido y es clave para la fidelización de clientes.	Lograr la satisfacción del cliente a través de mejoras en las operaciones de control de calidad. $P = \frac{P1 + \dots + Pn}{N}$ P: Promedio P1: Preguntas N: # preguntas	Cumplimiento de tiempos	Índice de cumplimiento de cotización.	De razón
				Índice de compras de material adecuado.	De razón
				Índice de cumplimiento de tiempos establecidos.	De razón
			Proceso Productivo	Índice de organización.	De razón
				Índice de personal capacitado.	De razón
				Índice de trabajo seguro.	De razón
			Empatía	Índice de disposición para ayudar a los usuarios.	De razón
				Índice de personal dispuesto a resolver interrogantes.	De razón
				Índice de atención personalizada.	De razón

<p>V.I.: Propuesta de Mejora de las Operaciones</p>	<p>“sean innovadoras y viabilicen los recursos para evitar que, en el futuro, los eventos adversos den al traste con los objetivos y expectativas propuestas.” (Contreras, 2013) de mejora de la “...confirmación del paradigma de expectativas, que sugiere que</p>	<p>Definir las estrategias de mejora puntuales según la evaluación de entrevista.</p>	<p>Empresa</p>	<p>Capacitación del personal. Extralimitarse solo a sus funciones. Seguimiento del proceso operativo de principio a fin.</p>	<p>De razón</p>
---	--	---	----------------	--	-----------------

de Control de Calidad.	los consumidores perciben la calidad en términos de su percepción de cómo una determinada prestación de servicio cumple con sus expectativas de dicha prestación.” (Roes, 1997).	Cuantificar los costos que genere esta mejora.	Proveedores	Costos de Mano de Obra por trabajo realizado. Costos de Materiales por actividad.	De razón
------------------------	--	--	-------------	--	----------

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

2. A. Guía de la encuesta



Buenos días, con fines de análisis de datos para estudio del proyecto “Propuesta de Mejora de las Operaciones de Control de Calidad para la Satisfacción del Cliente en la Empresa ACAIL S.A.C Negritos” se le solicita nos conceda cinco minutos de su tiempo, a fin de poder conocer su perspectiva acerca de la satisfacción del cliente y el logro de la competitividad de la empresa.

Es una entrevista no confidencial, por lo que se solicitará datos personales necesarios. El cuestionario utiliza la escala Likert, la cual se detalla a continuación:

- ❖ Totalmente en desacuerdo con una ponderación de 1.
- ❖ Bastante en desacuerdo con una ponderación de 2.
- ❖ Ni de acuerdo ni en desacuerdo con una ponderación de 3
- ❖ Bastante en acuerdo con una ponderación de 4
- ❖ Totalmente en acuerdo con una ponderación de 5.

Dimensiones para medir la satisfacción del cliente						
Cumplimiento de tiempos		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	¿Se cumplió con la entrega de la cotización en el tiempo esperado?					
2.	¿Crees usted que el material que se usa en la fabricación de sus piezas es adecuado?					
3.	¿El tiempo de entrega de su trabajo fue en la fecha pactada?					
Proceso Productivo						

4.	¿Observa organización de parte del personal de trabajo de la empresa?					
----	---	--	--	--	--	--

5.	¿Qué le pareció el desempeño que muestra el personal de la empresa?					
6.	¿Le parece que el desarrollo de nuestro trabajo es seguro?					
Empatía						
7	¿El personal mantuvo comunicación fluida durante todo el proceso?					
8	¿El personal le mostro disposición ante alguna sugerencia?					
9	¿En base a su experiencia de haber prestado un servicio con la empresa cree que podamos darle una atención personalizada en caso de problemas?					


En base a la encuesta que recomendaciones nos darías para mejorar nuestro servicio.....

Fuente: Elaboración Propia

2. B. Cuestionario evaluados a las empresas prestadoras de servicios en Negritos

Empresa: Consorcio Stork

Dimensiones para medir la satisfacción del cliente						
Cumplimiento de tiempos		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	¿Se cumplió con la entrega de la cotización en el tiempo esperado?		X			
2.	¿Crees usted que el material que se usa en la fabricación de sus piezas es adecuado?		X			
3.	¿El tiempo de entrega de su trabajo fue en la fecha pactada?			X		
Proceso Productivo						
4.	¿Observa organización de parte del personal de trabajo de la empresa?			X		
5.	¿Qué le pareció el desempeño que muestra el personal de la empresa?		X			
6.	¿Le parece que el desarrollo de nuestro trabajo es seguro?			X		
Empatía						
7	¿El personal mantuvo comunicación fluida durante todo el proceso?			X		
8	¿El personal le mostro disposición ante alguna sugerencia?			X		
9	¿En base a su experiencia de haber prestado un servicio con la empresa cree que podamos darle una atención personalizada en caso de problemas?			X		


 Ing. Wilson Gabriel Ramirez Zuñiga
 COORD. DE END
 CONSORCIO STORK-TMI

FIRMA:
 DNI: 44694390

Empresa: SSK

Dimensiones para medir la satisfacción del cliente						
Cumplimiento de tiempos		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	¿Se cumplió con la entrega de la cotización en el tiempo esperado?		X			
2.	¿Crees usted que el material que se usa en la fabricación de sus piezas es adecuado?		X			
3.	¿El tiempo de entrega de su trabajo fue en la fecha pactada?			X		
Proceso Productivo						
4.	¿Observa organización de parte del personal de trabajo de la empresa?			X		
5.	¿Qué le pareció el desempeño que muestra el personal de la empresa?		X			
6.	¿Le parece que el desarrollo de nuestro trabajo es seguro?			X		
Empatía						
7	¿El personal mantuvo comunicación fluida durante todo el proceso?			X		
8	¿El personal le mostro disposición ante alguna sugerencia?			X		
9	¿En base a su experiencia de haber prestado un servicio con la empresa cree que podemos darle una atención personalizada en caso de problemas?			X		

FIRMA
DNI: 716116453

SSK Ingeniería y Construcción S.A.C.
PROYECTO: RECONSTRUCCIÓN
ESTRUCTURA Y ACABOS
LEONEL RÍOS
JEFE DE CAL. 040

Anexo 3 Validación validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Hugo Daniel García Juárez con DNI N.º 41947380 Magister en Ingeniería Industrial, de profesión Ingeniera Industrial desempeñándome actualmente como Docente Universitario en la Universidad Nacional de Trujillo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:


- Guía para la elaboración de la entrevista y cuestionario.
- Instrumento 2
- Instrumento xyz

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía para la elaboración de la entrevista a los clientes de la empresa ACAIL S.A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario para los clientes de la empresa ACAIL S. A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Julio del Dos mil Veintiuno.



Hugo Daniel García Juárez
 INGENIERO INDUSTRIAL
 CIP 110495

Mgtr. : Hugo Daniel García
 Juárez DNI 41947380
 Especialidad : Ingeniería Industrial y de
 Sistemas CIP 110495
 E-mail : hgarciaj@unitru.edu.pe

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Emma Isabel Costa Balarezo con DNI N.º 40336849 Magister en Administración, de profesión Ingeniera Industrial desempeñándome actualmente como Gerente de administración de la Constructora y Servicios Generales VISAP S. A. C.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

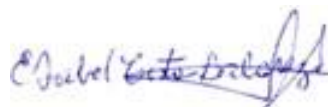
- Guía para la elaboración de la entrevista y cuestionario.
- Instrumento 2
- Instrumento xyz

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía para la elaboración de la entrevista a los clientes de la empresa ACAIL S.A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario para los clientes de la empresa ACAIL S. A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Julio del Dos mil Veintiuno.



Mgtr. : Emma Isabel Costa
Balarezo DNI 40336849
Especialidad : Ingeniera Industrial y de
Sistemas CIP 246430
E-mail : emmais79@gmail.com

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Diego Salvador Lachira Estrada con DNI N.º 45063280 Magister en Administración con mención en Gerenciamiento Empresarial de profesión Ingeniera Pesquero desempeñándome actualmente como Docente Contratado en Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo-Filial Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- Guía para la elaboración de la entrevista y cuestionario.
- Instrumento 2
- Instrumento xyz

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía para la elaboración de la entrevista a los clientes de la empresa ACAIL S.A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			x		
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	


Cuestionario para los clientes de la empresa ACAIL S. A	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 2 días del mes de Julio del Dos mil Veintiuno.



Mgtr. : Diego Salvador Lachira
Estrada DNI 45063280
Especialidad : Ingeniero
Pesquero CIP 155585
E-mail : diego.lachira@gmail.com

Anexo 4. Cotización de Trabajos

	PROYECTOS E INGENIERÍA ACAIL S.A.C		COTIZACIÓN	
	RUC 20607684937		COTIZACIÓN Nº:	A006-2021
	CALLE RICARDO PALMA 108 - NEGRITOS		FECHA:	2-Jul-21
	CELULAR: 969146004			
	MAIL: ventas@proyectingacail.com			
	LA BREA - TALARA - PIURA.			
DATOS DE CLIENTE			DATOS DE ENTREGA	
Apellidos y Nombres: Juan Barranzuela			LA CAPILLA LA BREA - NEGRITOS	
Dirección: La Capilla La Brea - Negritos.			PROYECTING ACAIL S.A.C	
Teléfono: 968 709 709				
ARTÍCULO				
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO U.	VALOR VENTA
1	Fabricación e instalación de escalera metálica según indicaciones del cliente	1	S/5,779.68	S/5,779.68
	La Fabricación se realizará con tubo rectangular 2" x 4" x 2 mm y tubo de 1" X 1" X 2 mm, tubo redondo de 1 1/2 " Ø y de 1/2 " Ø, y plancha de acero estriada.			
	Se utilizará pintura sincromato como base y acabado con pintura gloss.			
FORMA DE PAGO:	60% de anticipo y 40% al momento de entrega	TOTAL		S/5,779.68
MONEDA:	SOLES			
PLAZO DE ENTREGA:	15 DIAS HÁBILES			
Nº CUENTA BBVA DOLARES: 0011-0270-6701000416-09				
CODIGO CCI CUENTA EN DOLARES: 011-270-000100041609-67				
Nº CUENTA BBVA SOLES: 0011-0270-6801000415-95				
CODIGO CCI CUENTA EN SOLES: 011-270-000100041595-68				

FABRICACIÓN CARRETILLAS TANQUE DE QUIMICA IQS

CANTIDA D	MATERIAL	P/U	DI A	TOTAL	FECHA INICIO	FECHA TERMINO
1	MALLA TRENZADA GALVANIZADA 332" Ø, CUADRADO DE 1/2 " /METRO CUADRADO	S/65.00		S/65.00	24/03/2021	8/04/2021
1	CONEXIÓN PARA MANGUE DE 2"	S/20.00		S/20.00		
1	PINTURA COLOR ALUMINIO	S/60.00		S/60.00		
1	PLATINA DE 1/8" X 1	S/25.00		S/25.00		
1	PLANCHA DE 1/16"	S/40.00		S/40.00		
1	SOLDADURA X KG	S/30.00		S/30.00		
				S/0.00		
				S/0.00		
				S/0.00		
				S/0.00		
CANTIDA D	EJECUCION Y/O INSTALACION	P/U	DI A	TOTAL		
CANTIDA D	MAQUINAS	P/U	DI A	TOTAL		
	TALLER	S/20.00	1	S/20.00		
	AMOLADORA	S/10.00	1	S/10.00		
	MAQUINA DE SOLADRA	S/10.00	1	S/10.00		
	TRONZANDORA	S/10.00		S/10.00		

CANTIDAD	MANO DE OBRA	P/U	DI A	TOTAL
	OPERADOR	S/100.0 0	1	S/100.0 0
				S/0.00
				S/0.00

CANTIDA D	PRUEBA COVID	P/U	DIA	TOTAL		
				S/0.00		
				S/0.00		
CANTIDA D	TRANSPOR TE	P/U	DIA	TOTAL		
	CARRO			S/0.00		
	SOLES			S/390.00		
	DÓLAR	\$3.71		\$105.12		
	CREDITO	20%		\$21.02		
	SUB TOTAL			\$126.15		
	F&L VILCHEZ	20%		\$25.23		
				\$151.37	COSTO TOTAL	

Anexo 5. Propuesta de Mejora de las Operaciones de Control de Calidad para la Satisfacción del Cliente en la Empresa ACAIL S.A.C Negritos

1. Introduccion

La calidad del servicio depende de la relación de los clientes con la empresa ACAIL S.A.C, la pérdida de relevancia no solo se manifiesta por parte de los clientes sino en los trabajos realizados (encuesta realizada a los clientes). El velar la calidad del servicio de la empresa ACAIL S.A.C., genera ganancias para la misma: ofrecer calidad en el servicio puede lograr que los clientes propaguen más el servicio y con ello aumente la cartera de clientes. Un adecuado servicio a los prestadores de servicio ahorra dinero, permitiendo que se logre la retención a los usuarios determinados.

Esta propuesta se formulará a base de estrategias para la calidad de servicio, las cuales se centra en las dimensiones evaluadas como: cumplimiento de tiempos, proceso productivo y empatía, resultando valores poco favorables para la empresa. Dicha propuesta estará compuesta a las operaciones que consigan implementarse durante un proceso a través de los trabajadores de los representantes de cada área de la empresa ACAIL S.A.C.

2. Objetivos

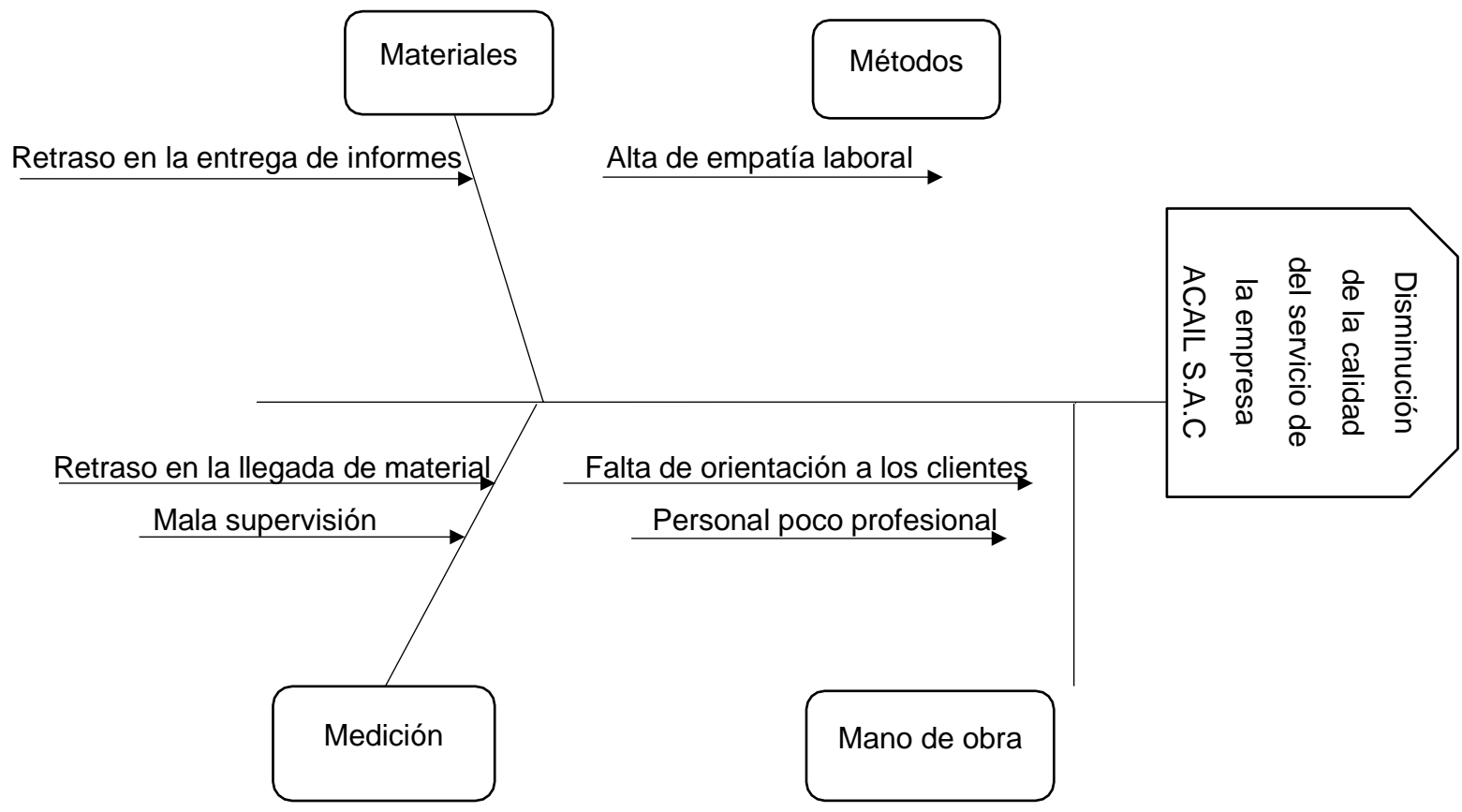
- Proponer estrategias que ayuden a mejorar las operaciones de control de calidad para la satisfacción de los clientes de la empresa ACAIL S.A.C.

3. Desarrollo de la Propuesta

3.1. Identificación del Problema

Según Ciocoiu (2008) define el diagrama de Ishikawa como la representación gráfica de las posibles causas que originan un problema o riesgo. Por lo tanto, se elaboró un ``Diagrama de Ishikawa`` (causa y efecto),

teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron de la encuesta realizados a las empresas que prestaron servicio en el año 2021.



3.2. Definir la Propuesta de Mejora

Estrategia: Cumplimiento de Tiempos-Capacitación al personal.

Objetivo: Lograr que todo el personal esté capacitado.

La eficiencia de los colaboradores se logrará reflejar en la realización de entrega hacia los clientes, en donde se debe de contar con el conocimiento requerido para que se logre dar atención a sus dudas o posibles quejas, de igual manera lograr incrementarse su producción llevando a cabo más operaciones en un menor tiempo posible.

Actividad	Periodo
Convocar cada fin de semana a capacitaciones a los trabajadores sobre la atención y servicio a los clientes.	6 meses
Definir un proceso de atención al cliente, y acciones de explicar porque la demora en algunas etapas del proceso del servicio al cliente.	2 meses
Implementación de un programa básico de monitoreo del proceso productivo de construcción metalmecánica.	2 meses
Las capacitaciones serán prácticas y teóricas en sensibilizar a los trabajadores en la importancia de cumplir en entregar los servicios a tiempo.	6 meses
Brindar capacitaciones a los trabajadores del área administrativa sobre el proceso productivo de las construcciones metalmecánicas, puesto que, en algunas ocasiones preguntan y no se cuenta con alguna respuesta clara para informa u orientar al cliente.	6 meses

Costo de la Estrategia: Cumplimiento de Tiempos

Concepto	Costo
Programa (control de etapas del proceso)	S/200.00
Técnico (Por consulta =S/70)	S/140.00
Capacitaciones (1mes= S/800)	S/4800.00
TOTAL	S/5140.00

Estrategia: Proceso Productivo-Mejorar la Apariencia de las Instalaciones/Profesionales

Objetivos: Mejorar la percepción de los clientes con respecto al servicio.

Al mejorar la apariencia de las instalaciones va haciendo posible que los clientes logren un mayor impacto y se sientan mayormente atraídos, asimismo la buena imagen de la empresa frente el mercado se vera de una mejor manera, ya que,coexisten usuarios muy exigentes con aquello que primero visualizan cuando hacen uso de un servicio.

Actividad	Periodo
Contratar personal (Soldador, ayudantes)	Mensual
Alquiler de local (instalaciones)	Mensual
Cambiar las herramientas que se encuentren deterioradas (máquina de soldar).	Mensual

EPP	Mensual
-----	---------

Costo de la Estrategia: Proceso Productivo

Concepto	Costo
Soldador S/80.00 (por día)	S/2400.00
2 ayudantes S/50.00 (por persona)= S/100.00	S/1500.00
Alquiler (Local)	S/1500.00
Máquina de Soldar	S/6300.00 (promedio)
Implementos de Seguridad (guantes, caretas, lentes, mascarillas)	S/300.00 (promedio)
TOTAL	S/12000.00

Estrategia: Empatía-Área de comunicación e información al usuario, además de quejas y reclamos.

Objetivos: Mejorar la comunicación y atención al cliente.

Descripción: En lo que respecta a la gestión de reclamos se basa definitivamente en reaccionar de una manera ordenada a las críticas:

teniendo que llevar a cabo estrategias para reducir el descontento de los clientes. Esta gestión de reclamos en su momento se dirige al área administrativa. Mejor dicho, la gestión de las conexiones con los clientes, siendo la base del cuidado de las respectivas relaciones comerciales.

Actividad	Periodo
Contrato con una imprenta para el desarrollo de volantes, que describa los servicios que realiza ACAIL S.A.C. (volantes, afiches)	2 meses
Brindar información acerca de los planes de la empresa y los proyectos, que va a realizar en adelante en beneficio de los clientes.	mensual
Organizar campeonatos entre clientes y empresas del sector, ofreciendo premios y sorpresas para los participantes.	mensual
Ser empáticos con los colaboradores en sus problemas y dificultades que tengan en su vida.	
Atender las quejas y reclamos de los clientes que se les presta el servicio.	mensual

Costo de la Estrategia: Empatía.

Concepto	Costo
Volantes, Afiches de la empresa ACAIL S.A.C.	S/580.00
TOTAL	S/580.00

Costo Total de las estrategias de acuerdo con las dimensiones

Dimensión	Costo
Cumplimiento de Tiempos	S/5140.00
Proceso Productivo	S/12000.00
Empatía	S/580.00

TOTAL	S/17720.00
--------------	-------------------