



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL

DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia
en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERA INDUSTRIAL**

AUTOR:

Cabrera Rodriguez, Marina Josefina

ASESOR:

Mg. Alvarado Rodriguez, Oscar Francisco

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

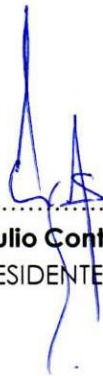
Lima – Perú

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a) **Cabrera Rodríguez, Marina Josefina**, cuyo título es: "Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **16 (dieciséis)**.

San Juan de Lurigancho, 06 de julio del 2018



.....
Dr. Robert Julio Contreras Rivera
PRESIDENTE



.....
Mg. Oscar Francisco Alvarado Rodriguez
SECRETARIO



.....
Mg. Carlos Enrique Santos Esparza
VOCAL




Elabora	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del IGC	Aprobado	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	----------	---------------------------------




DEDICATORIA

A mi familia.

Por su gran apoyo y motivación, gracias a ustedes he llegado hasta aquí y convertirme en lo que soy, no los cambiaría por nada ni nadie. Sobre todo, a esa persona que, aunque no esté a mi lado sé que gané un ángel de la guarda con su partida tan pronta.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento en primer lugar a Dios por ser su hija, a mi mamá por enseñarme ser tan luchadora en la vida, a no rendirme por más que las dificultades sean grandes. Y por último, pero no menos importante al Ing. Oscar Alvarado por su apoyo incondicional, compartiendo su conocimiento, aportando positivamente en el desarrollo de mi trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD


Yo: Marina Josefina Cabrera Rodríguez, estudiante de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo, identificada con DNI N° 42661096, con el trabajo de investigación titulada Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesina no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseadas, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falsa fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 20 de mayo del 2018


.....
Marina Josefina Cabrera Rodríguez
DNI : 42661096

PRESENTACIÓN

Distinguidos miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ingeniero Industrial.

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	ix
Índice de Figuras	x
Índice de gráfico	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I Introducción	14
1.1 Realidad Problemática	15
Diagrama de Causa y Efecto	19
Foda de la empresa	20
Diagrama de Pareto	21
1.2 Trabajos Previos	22
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	26
1.3.1 Formalización de una empresa Familiar	26
1.3.2 Mejora Continua	27
1.3.3 Kaizen	29
1.3.4 Kaizen orientado a la organización	29
1.3.5 Que es el ciclo PDCA	30
1.3.6 Definición de Calidad	33
1.3.7 Empresa de Servicio	35
1.3.8 Sensibilidad de los clientes a la Calidad	35
1.3.9 Eficacia	35
1.3.10 Eficacia en ventas	36
1.4 Formulación del Problema	36
1.5 Justificación del Estudio	37
1.5.1 Teórico	37
1.5.2 Práctica	37
1.5.3 Metodológica	37
1.5.4 Social	38
1.6 Hipótesis	38
1.7 Objetivos	38
II Método	40
2.1 Diseño de Investigación	41
2.1.1 Tipo de estudio	41

2.2	Variables, Operacionalización	42
	Matriz operacionalización	43
2.3	Población, Muestra	45
2.4	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	45
2.4.1	Técnicas	45
2.4.2	Instrumentación de recolección de datos	46
2.4.3	Validez y Confiabilidad	46
2.5	Método de análisis de datos	46
2.5.1	Análisis descriptivo	47
2.5.2	Análisis inferencial	47
2.6	Aspectos Éticos	47
2.7	Desarrollo de la propuesta	47
2.7.1	Situación Actual	47
2.7.2	Propuesta de mejora	53
III	Resultados	62
3.1	Análisis descriptivo	65
3.2	Análisis inferencial	66
3.2.1	Normalidad	66
3.2.2	Análisis de la primera hipótesis	70
3.2.3	Análisis de la segunda hipótesis	72
IV	Discusión	75
4.1	Discusión de la hipótesis general	76
4.1.1	Discusión de la primera hipótesis	76
4.1.2	Discusión de la segunda hipótesis	76
V	Conclusiones	77
VI	Recomendaciones	78
VII	Referencia	79
	ANEXOS	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01 Facturación Vs Perdida de venta	18
Tabla N°02 FODA de la empresa	20
Tabla N°03 Causas para el diagrama de Pareto.	20
Tabla N°04 Operacionalización variable independiente	43
Tabla N°05 Operacionalización variable dependiente.	44
Tabla N°06 Ventas Periodo del 2017	49
Tabla N°07 Reclamos y devoluciones Agosto del 2017 a Noviembre del 2017	51
Tabla N° 08 Inversión	53
Tabla N° 09 Cronograma de ejecución	53
Tabla N° 10 Identificación de problemas	54
Tabla N° 11 Base de datos motivo de devolución y reclamo	58
Tabla N° 12 Base de datos Tema de Colección - Aprendiendo el Liderazgo	59
Tabla N° 13 Base de datos Aprendiendo	59
Tabla N° 14 Base de datos Educando a niños para hombres de bien	60
Tabla N° 15 Base de datos Escuchando a nuestros hijos	61
Tabla N° 16 Semana ventas y devoluciones 2017	63
Tabla N° 17 Semana ventas y devoluciones 2018	64
Tabla N° 18 Análisis comparativo de las ventas	65
Tabla N° 19 Prueba de normalidad	66
Tabla N° 20 Prueba de muestra relacionada	70
Tabla N° 21 Prueba de normalidad primera hipótesis	72
Tabla N° 22 Prueba de normalidad Tercera Hipótesis	72
Tabla N° 23 Prueba de normalidad Tercera Hipótesis	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°01 Presentación de los exponentes	16
Figura N°02 Asistencia de padres en la capacitación escuela de padres	17
Figura N°03 ISHIKAWA empresa Familia Activa S.R.L.	19
Figura N°04 Kaizen organizado a la organización	30
Figura N°05 Ciclo de Deming	31
Figura N°06 Organigrama de la empresa	48
Figura N°07 Nuevo almacenaje de libro	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01 Diagrama de Pareto	21
Gráfico N° 02 Ventas periodo 2017	50
Gráfico N° 03 Base de datos Aprendiendo el Liderazgo	59
Gráfico N° 04 Base de datos Aprendizaje	60
Gráfico N° 05 Base de datos Educando niños para hombres de bien	60
Gráfico N° 06 Base de datos Escuchando a nuestros hijos	61
Gráfico N° 07 Comparación de Eficacia	64

RESUMEN

Muchos son los problemas de la sociedad actual, y las empresas se enfrentan a los requerimientos de los clientes cada vez más exigentes. Los desórdenes en las familias, falta de colaboración y asistencia de los padres a los niños.

Es por ello que nace la empresa Familia Activa S.R.L. que brinda servicio de consultoría para el desarrollo humano y soporte psicológico. Nuestra investigación incide en la aplicación de la Mejora Continua para una empresa de servicio "Familia Activa SRL."

El problema las devoluciones del producto y reclamos no levantados que equivale a un 7.3%. dejando una pérdida para la empresa y sobre todo una insatisfacción al cliente final.

El objetivo es realizar la Mejora Continua para satisfacción del cliente, evitando los reclamos, previo ordenamiento de los procesos.

Palabras clave: Eficacia, Calidad, Mejora Continua

ABSTRACT

Today we see cases in the news, abbreviated at the time or at any time.

That is why the company Familia Activa S.R.L. "Active Family SRL". It is a constitutionally small Peruvian company, it is a family business.

Pioneer in the consulting field. The problem of the company is based on the returns of the product and claims not raised, equivalent to 7.3%. leaving a loss for the company and above all an insatisfaction to the final client.

The development of the present investigation has the objective of implementing the continuous improvement and reducing the problematic and the relationship of the company and thus reduce the claims and returns. Therefore, Continuous Improvement can be implemented in order to order the flows and processes of the company and obtain the results of the reduction of returns and claims.

Keywords: Productivity in sales, Quality, Efficiency

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.

La responsabilidad de los padres de familia es conocer y orientar el desarrollo del aprendizaje del niño. En las escuelas primarias sobre todo, los docentes informan que los padres no apoyan mucho a sus hijos. Por antecedentes se pudo estimar que un gran porcentaje de padres (73 %) no apoyan a sus hijos, y aceptaron su indiferencia y falta de seguimiento en un 39%.

Otro de los problemas fundamentales en las instituciones educativas viene a ser el bullying, y es que el 70% de los estudiantes del 6to de primaria lo considera como algo peligroso.

Las condiciones de convivencia al interior de las escuelas identificando es una serie de prioridades. Los padres manifiestan que la capacitación del docente es un factor muy importante. La socióloga e investigadora Andrea Román Alfaro del IEP, resaltó que en Huamanga, tanto los estudiantes, docentes y padres de familia califican como regular al sistema de educación pública en el Perú y una cuarta parte lo califica de bueno.

Casi todos los casos exigen al estado sobre la educación de sus hijos. Pero como alumnos – hijos la perspectiva es diferente. Puesto que muchos de ellos vienen con problemas de autoestima, provienen de familia disfuncionales, carece de afecto, carecen de valores y con problemas psicológicos. Ocasionando que pierden el interés al estudiar, son alumnos sin metas ni objetivos.

En vista de la oportunidad de mejorar la calidad humana y social es que la empresa FAMILIA ACTIVA S.R.L. es creada. Es capital 100% peruano, es una empresa familiar con 10 años de fundación. Es una empresa consultora para el desarrollo humano que brinda servicio de orientación vocacional, soporte psicológico para familia, persona individual y empresa.

Los servicios que brinda son las capacitaciones y/o talleres en colegios, en empresas Públicas y Privadas. En busca de mejorar la calidad humana usando las herramientas de psicología para restablecer el lazo familiar. Los temas que se usan en los eventos son; Liderazgo, Autoestima, Personalidad, como también charlas motivacionales, entre otros.

Figura N°01 Presentación de los exponentes



Fuente de la empresa

El mayor problema que enfrenta la empresa, son los reclamos y devoluciones de las colecciones, que el cliente adquiere en los eventos o capacitaciones que realizan.

En cada conferencia, se ofrece a la venta de estos productos de lectura y si el cliente acepta se lleva el producto a sola firma. Donde llena un recibo con sus datos completos, DNI, dirección, número de celular, etc.

Estas devoluciones generan un 7.3% de pérdida de la venta. También existen reclamos que no se pueden dar solución y queda el cliente insatisfecho. Pero también hay un porcentaje de dinero que se pierde puesto que los libros o colecciones son sustraídos en la conferencia, o somos víctimas de fraude, puesto que los datos de domicilio son adulterados.

Esta investigación propone la Implementación de mejora continua para tener mejores resultados en las ventas.

Figura N°02 Asistencia de padres en la capacitación escuela de padres



Fuente de la empresa

Esto es un análisis de 16 semanas de Agosto 2017 a Noviembre 2017, donde se evidencia que hay una pérdida de 7.3% en valor de las ventas.

Tabla N°01

Facturación Vs Pérdida de venta

Libros facturados de venta S/.

DESCRIPCION	Suma de UND_FACTURADA
APRENDIZAJE	S/. 8,543.00
MEJOR LECTOR	S/. 9,207.00
SOBRE PROTECCIÓN	S/. 4,500.00
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	S/. 10,332.00
FAMILIA ACTIVA	S/. 8,890.00
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	S/. 9,920.00
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	S/. 10,332.00
TOTAL FACTURADO	S/. 61,724.00

Perdida de venta S/.

DESCRIPCION	Promedio de COSTO PRO
APRENDIZAJE	S/. 549.00
MEJOR LECTOR	S/. 689.00
SOBRE PROTECCIÓN	S/. 358.00
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	S/. 790.00
FAMILIA ACTIVA	S/. 542.00
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	S/. 849.00
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	S/. 724.05
TOTAL COSTO	S/. 4,501.05

VALOR VENTAS	VALOR DEVUELTO	% EN DINERO RECLAMOS Y DEVOLUSIONES
S/. 61,724.00	S/. 4,501.05	7.3
UNID. VENDIDAS	UNID. DEVUELTO	% UNIDADES
411	120	29.2

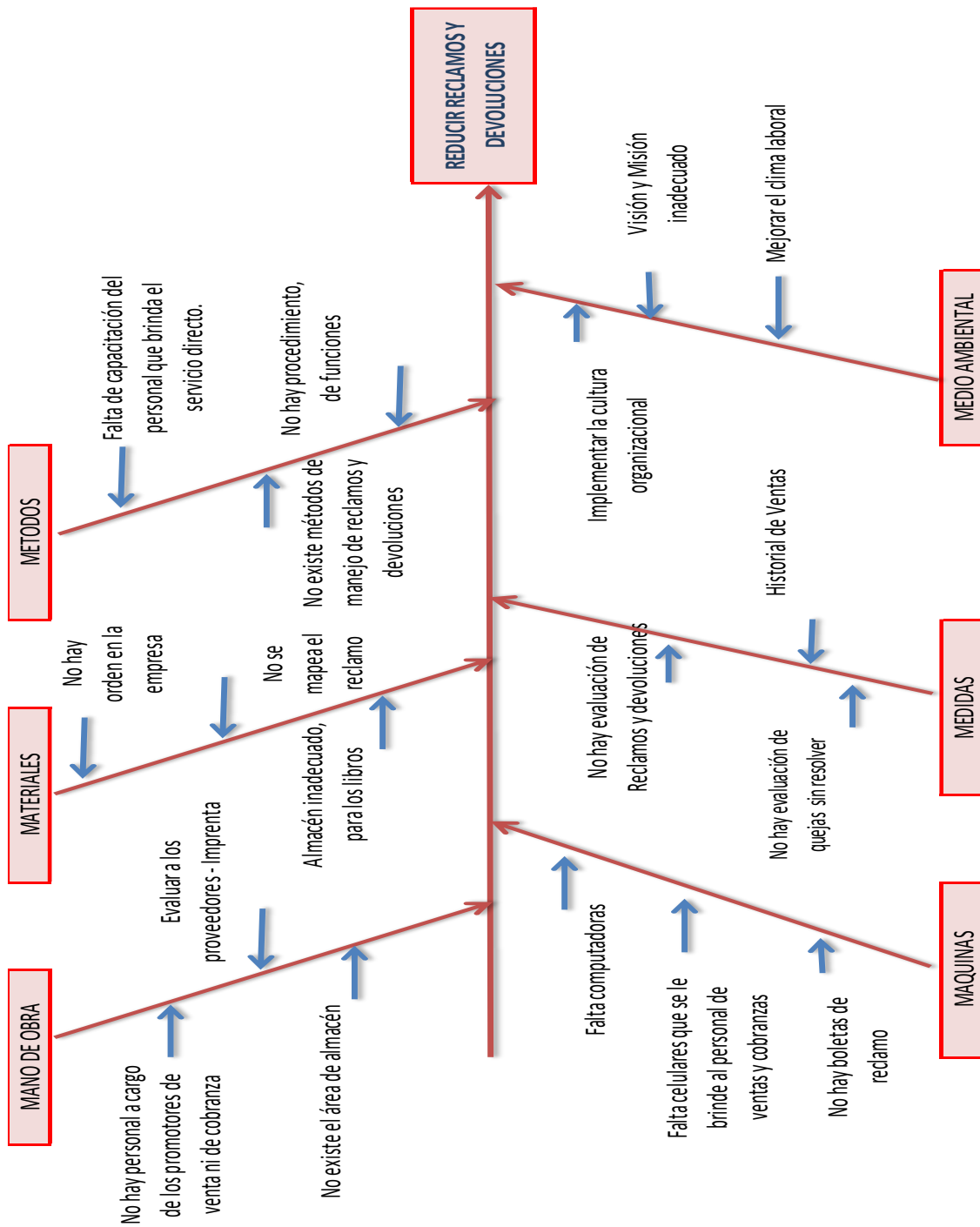
Fuente Propia.

GUTIERREZ (2014, p.206), Indica que con el diagrama de Ishikawa, que se basa en las causas y consecuencias, se diagnostica la problemática de una empresa.

Presentamos para nuestro caso,

Diagrama.

Figura N°03 ISHIKAWA empresa Familia Activa S.R.L.



Fuente Propia

FODA

Tabla N°02 FODA de la empresa

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. Pioneros en el rubro.</p> <p>F2. Trato directo con el cliente.</p> <p>F3. Negocio que se puede expandir a nuevos mercados y rubro.</p>	<p>D1. Mucho rote de personal.</p> <p>D2. Falta de organización.</p> <p>D3. Los libros y colecciones son fáciles de sustraer o perderse.</p> <p>D4. Falta establecer las funciones claras de los puestos</p> <p>D5. Falta dar seguimiento de los reclamos y devoluciones</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Crecimiento constante con otras empresas</p> <p>O2. Fidelizar al personal interno con la empresa.</p> <p>O3. Implementación de un nuevos puestos de trabajo</p>	<p>A1. Huelga de Colegios.</p> <p>A2. Que el proveedor de la imprenta comercialize nuestro material de trabajo a la competencia.</p> <p>A3. Cambios y exigencias de nuevas normativas en los centros educativos.</p>

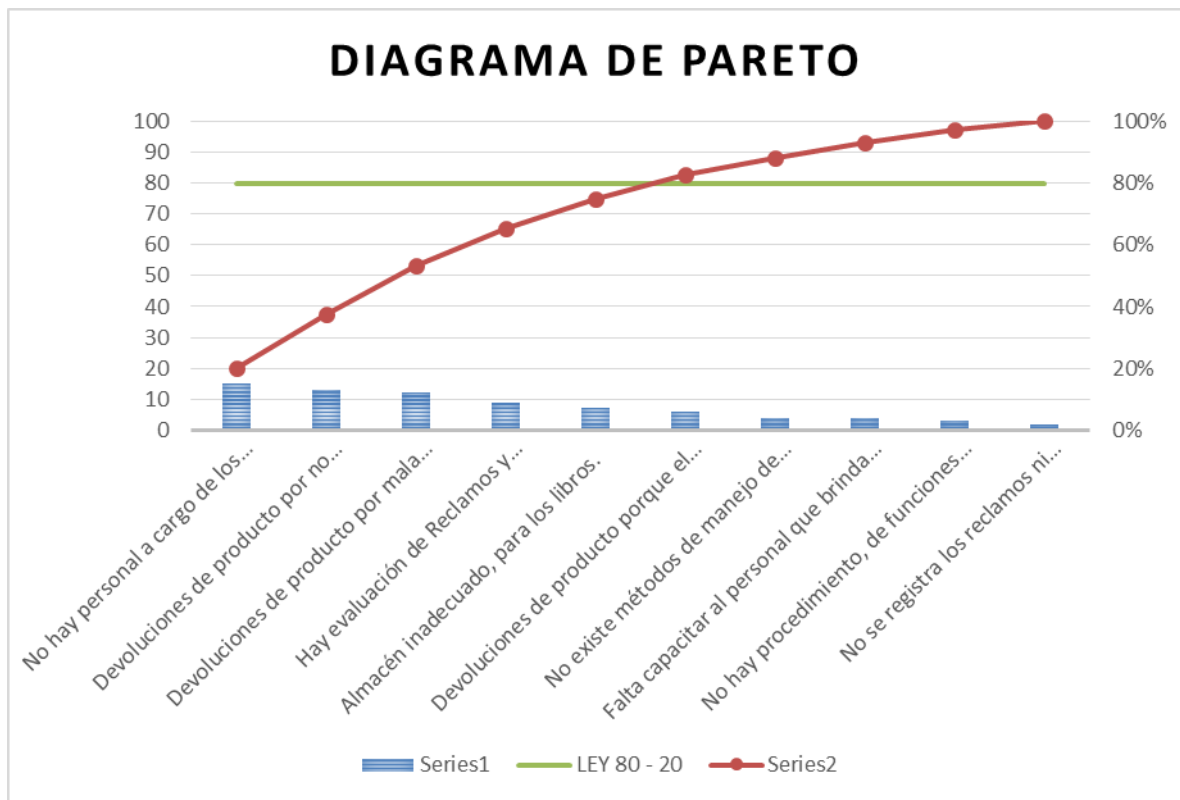
Fuente Propia

Tabla N°03 Causas para el diagrama de Pareto

CAUSA / PROBLEMA / FENÓMENO	FRECUENCIA	%FRECUENCIA ACUMULADA	FRECUENCIA ACUMULADA	LEY 80 - 20
No hay personal a cargo de los promotores de venta ni de cobranza.	15	20%	15.00	80
Devoluciones de producto por no gustarle.	13	37%	28.00	80
Devoluciones de producto por mala calidad (mal impresos, temas repetidas, etc)	12	53%	40.00	80
Hay evaluación de Reclamos y devoluciones.	9	65%	49.00	80
Almacén inadecuado, para los libros.	7	75%	56.00	80
Devoluciones de producto porque el cliente no puede pagar	6	83%	62.00	80
No existe métodos de manejo de reclamos y devoluciones.	4	88%	66.00	80
Falta capacitar al personal que brinda el servicio directo.	4	93%	70.00	80
No hay procedimiento, de funciones específicos de cada puesto de trabajo.	3	97%	73.00	80
No se registra los reclamos ni devoluciones.	2	100%	75.00	80

Fuente Propia

Grafico N° 01 Pareto



Fuente Propia

Interpretación

En la intercepción de la línea de la frecuencia absoluta acumulada con la línea ley 80-20, todos los eventos que se encuentren dentro nos indican que debemos revisar las 5 causas y reforzar esos puntos:

1. No hay personal a cargo de los promotores de venta ni de cobranza
2. Devoluciones de producto por no gustarle.
3. Devoluciones de producto por mala calidad (mal impresos, temas repetidas, etc)
4. No hay evaluación de Reclamos y Devolusiones
5. Almacén inadecuado, para los productos.

1.2 Trabajos referenciales

Para conocer el estado del arte revisamos los siguientes trabajos.

Referencias de Tesis Nacional:

Adanaque, . (2015) . Escribió , *Propuesta de mejora en el proceso de atención a clientes negocios de una empresa de telecomunicaciones*. (Tesis de pregrado). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Refirió que, los centros de llamadas son un sector dinámico de la economía mundial y son fuentes de trabajo . Como servicio en sí un servicio, es necesario evaluar los procesos sobre todo la eficiencia de sus actividades . Investigando las causas de las demoras que incomodan al cliente.

Este artículo aborda la gestión dentro de un centro de atención de llamadas, concibiendo que el proceso de post venta es un puntal de los ingresos

Usaron la metodología *Toyota Business Practice* con sistemas de recojo oportuno de información y usando el registro de casos que dirigen el proceso y lo retroalimentan.

Portilla, C.(2017) Presentó un estudio sobre aplicación del para optimizar las ventas en la empresa CHUBB PERÚ . (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo.

Aplicaron el método PHVA para examinar las causas de pérdida de clientes de la y la insatisfacción de los clientes cuando se concretaba la venta El problema fue fidelizar a los clientes . El diagnóstico demostró que faltaban estrategias de ventas llegando a la conclusión que la capacitación y mejores ofertas mejoró la opinión de los clientes y aumentó las ventas.

Llontop, J.(2017) Escribió . *Aplicación del Método Kaizen para mejorar la productividad en el proceso de entrega de productos del área de Distribución de la empresa Backus & Johnston S.A.A.* (Tesis de pregrado).UCV

Su objetivo fue implemeenat el e Kaizen en el proceso de entrega de productos Utilizaron a fichas de control, capacitación y de buenas prácticas de atención al cliente final;.

Investigación cuantittiva y aplicada , de diseño cuasi Experimental . Se tomó los datos de 6 meses antes y 6 después . Se mejoró al eficiencia en 5 %.

Cruzado, (2016) Sustentó . *Aplicación del método Deming para mejorar la competitividad en el servicio de post-venta de automóviles livianos.* Empresa DIVEMOTOR. (Tesis de pregrado)). Universidad Cesar Vallejo.

Su objetivo fue utilizando el ciclo Deming se mejoró la productividad en la mencionada entidad .

Fue una investigación Cuantitativa y Aplicada, de diseño pre experimental. La población y muestra se tómo de 12 meses;para los clientes una muestra de 156, en un mes .

Técnicas : la Observación Experimental, Análisis Documental y Observación de Campo.

Instrumentos fueron : Hoja de Registro, Archivos y Guías de Observación.

Se procesaron mediante SPPSS v25.

Ramos,(2107) Presentó . *Implementación del sistema de administración de las relaciones con el cliente (CRM) para mejorar la administración de ventas de la empresa textiles el Carmen S.A.C .* (Tesis de pregrado). UCV.

Su objetivo fue determinar cómo con el nuevo sistema Administración de Relaciones con el Cliente (CRM) aumenta la eficiencia en la referida empresa.

Fue una investigación de diseño cuasi experimental, con enfoque cuantitativo, la muestra fueron las ventas de 93 días. La técnica utilizada fue la observación directa.

Se determinó que con el nuevo sistema aumentaron las ventas de la empresa., contrastando la hipótesis , con apoyo del SPSS 25.

Referencias de Tesis Internacional:

Camacho, A,(2013) Escribió *Escuela de padres y rendimiento escolar.* (Tesis de pregrado) *Educ. Guatemala .*

Consideran que si los padres conocen la problemática se pueden solucionar algunos problemas de la escolaridad .

Se estableció la importancia de la escuela de padres para el rendimiento de los estudiantes. Los padres de familia asumen mayor responsabilidad para su formación y dentro de ella su participación.

Conclusiones , el programa escuela para padres tiene buena aceptación en la población beneficiaria de los centros de atención integral y la evaluación del mismo, ayuda a conseguir los objetivos de la institución, como es el proporcionar a los padres de familia, una capacitación para mejorar el acompañamiento a sus hijos. Una dificultad es los recursos económicos que limita las actividades motivacionales y recreativas con los padres de familia.

Pineda, J.(2010) Escribió *Implementación de Mejora Continua Aplicando la Metodología PHVA de la empresa International Bakery SAC 2009.*

Objetivo fue incrementar productividad de la empresa con el ciclo PHVA)

Se propuso dos etapas primero , se planificó las mejoras con los indicadores del BSC.

Resultados un aumento de la productividad de 0.22 a 0.23 soles por kilogramo de pan, eficiencia de 56.38% a 68.05% y la eficacia de 50.72% a 55.50% , efectividad del 37.77%.

El análisis financiero indicó rentabilidad con resultados alentadores .

Belo, j. y Rodriuez, A.(2014) . Sustentaron *El Kaizen como herramienta en el mejoramiento continuo del servicio en la agencia de viajes MERCY'S TOURS, C.A", (Tesis de egreso) Universidad del Oriente, Maturin. – 2014.*

El objetivo fue, proponer la filosofía Kaizen como herramienta en el mejoramiento continuo del servicio de la empresa. Fue una investigación descriptiva, documental y de campo

La población fueron 20 empleados que prestan atención al público .

Resultados: Los empleados no tienen conocimiento sobre la filosofía Kaizen; las actividades de la empresa están orientadas a reducir costos y mejorar el proceso; Kaizen es una herramienta de Mejora Continua, cuya implementación en la empresa mejorará el servicio de atención .

Villega, G.(2102) Sustentó *Programa de innovación y mejoramientos de procesos aplicado a la eficiencia de desempeño, Departamento de Ingeniería de la compañía Panasonic Communications,México*

Objetivo fue mejorar la eficiencia del desempeño del personal con un programa innovador. Usaron técnicas TIPDCA que indica Objetivo, Ideales,Planeación, Desarrollo, Revisión–Acción), de origen PHVA

Se implementó el plan obteniéndose que la eficiencia del personal aumentó en 2.30 %.

Dorantes (2011) ,sustentó *Sistematización del departamento de ventas e implementación de un sistema CRM”, UTQ - Querétaro*

Su objetivo general fue implementar dicho sistema a la empresa Informática Industrial del Bajío S.A de C.V,

Concluye en: El CRM es el cambio de mentalidad de los colaboradores y no simplemente es un software. Lo que permitió que la entidad , cierre el ciclo de ventas con mayor eficacia, comunicación que fluye con facilidad entre los interesados, automatiza el ciclo de ventas y bajan costos, retienen clientes su aumentando la satisfacción.

Se logró incursionar en nuevos mercados con la gestión de las tendencias de pedidos y estadísticas.

1.3 Teorias Vinculadas

Definiciones

1.3.1 Formalización de una Empresa Familiar

Nos indica la importancia de formalizar una empresa y eso favorece la aplicación de la metodología Kaizen , estos mecanismos se basan a los fundamentos de medición de la calidad de los servicios, la presencia de un departamento de mejora, , para la asignación de recursos, monitoreo y evaluación a nivel organizacional, sistema de reconocimiento e incentivos formales para los

empleados y la contratación de compañías consultoras efectivas. (Suarez, Ramis y Sandoval, 2011, p.163)

Entre algunas de las prácticas que una empresa debe considerar para conseguir un buen posicionamiento por un desempeño de la adherencia estricta a las mejores prácticas (Rajagopal, 2008, p.163).

Variable Independiente

1.3.2 Mejora Continua.

Constituye la mejora lenta pero constante, del entorno que nos rodea, del ambiente, del puesto de trabajo y el logro de pequeñas mejoras. ... Se puede plantear y gestionar a través del Ciclo de Deming PDCA (Cuatrecasas, 2012, p.590).

Suarez (2007) indicó:

Un sistema de trabajo de la filosofía Kaizen que representa un esfuerzo permanente de descubrir áreas de oportunidad en un proceso completo e integral que contribuye a mejorar y a mantener el rendimiento. (p. 219).

El Kaizen

Se desarrolla con las 5 S.

Sacristán (2005), Indica, que el orden, la disciplina como programa se puede usar en toda organización participando todos los agentes de todos a nivel individual / grupal, consiguiendo mejorar la productividad.

Arrieta (1999) explica:

Seiri (Organización)

Las tareas se hacen con todo lo necesario.

En el área de trabajo sacar lo que no es necesario y que no cumple funciones dentro de las operaciones de producción

Se resume como “Cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa”.

Es importante tomar en cuenta los espacios correctos y ordenados.

Seiton (Orden)

Los equipos y herramienta en perfectas condiciones

Significa, la organización de los elementos necesarios de modo que sean de uso fácil con etiquetas.

Enfatiza en “por cada uno” que el operario encuentre rápidamente todo lo que necesita para su labor y entienda más fácilmente el orden de las cosas. (Arrieta, 1999, p.38).

Implica poner cada cosa en su lugar.

Seiso (Limpieza)

Lugares, herramientas y equipo en limpieza

La limpieza es un pilar de método, Limpieza

Cuando todo está limpio, todo está ordenado y se simplifican los procedimientos.

Seiketsu (Estandarización) “Mantener y mejorar los logros obtenidos” El también llamado estado de limpieza o de pureza, se logra cuando se trabajan y mantienen los tres pilares anteriores (organización, orden, limpieza).

Todo se realiza por coordinaciones entre los miembros de la organización adaptando medios para mantener la limpieza en el centro de trabajo o en las máquinas con protectores o mantenimiento preventivo (Arrieta, 1999, p.39).

Se aplica continuamente para establecer una secuencia de éxito.

Shitsuke (Disciplina)

Estricto cumplimiento de directivas, normas reglamentos, disposiciones escritas y verbales “hasta convertirles en valor

Ello requiere diligencia, voluntad y fuerza de todos los integrantes de la organización correcto cumplimiento de lo establecido en las etapas anteriores.. (Arrieta, 1999, p.39).

1.3.3 Kaizen

Imai (1998) define:

Es mejorar las operaciones del trabajo desempeño y política de éxito, mejoramiento que involucra a todas las personas, de los niveles .Es fácil y económico.

Es una forma de organizar la vida. Cambio de mentalidad, formas diferentes de actuar , comprende Kanban y JIT.

Para Deming (2010):

Es un método eficaz hacia la calidad total, como la excelencia objetivo final de una organización de éxito.

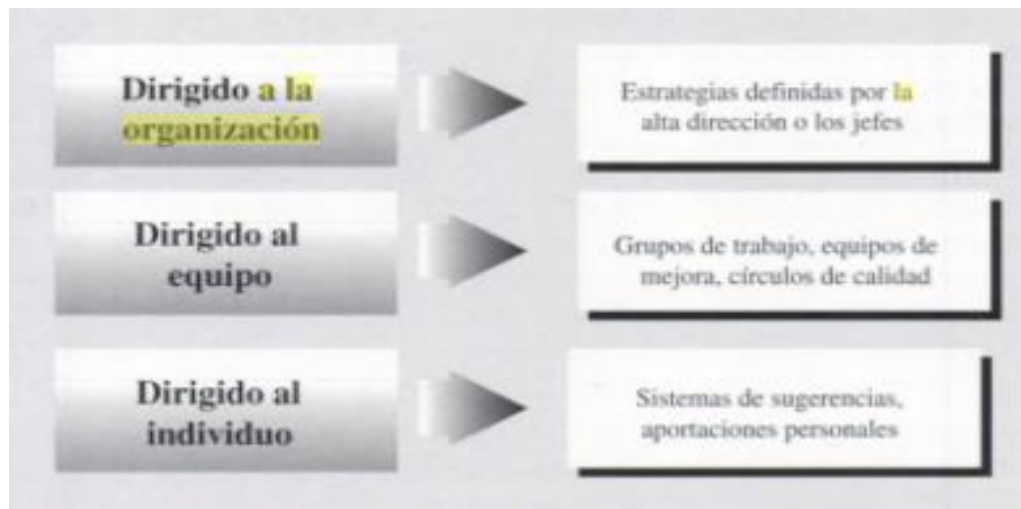
1.3.4 Kaizen y organización

García (1998), sostiene

La organización decide qué acciones mejorarán la calidad. Los jefes de operaciones dirigen los cambios en los procesos y métodos.

El Kaizen en tres niveles:

Figura N°04 Kaizen aplicado



Fuente Internet

1.3.5 Ciclo PHVA

Se expresa en Planificar, Hacer, Verificar y Actuar.

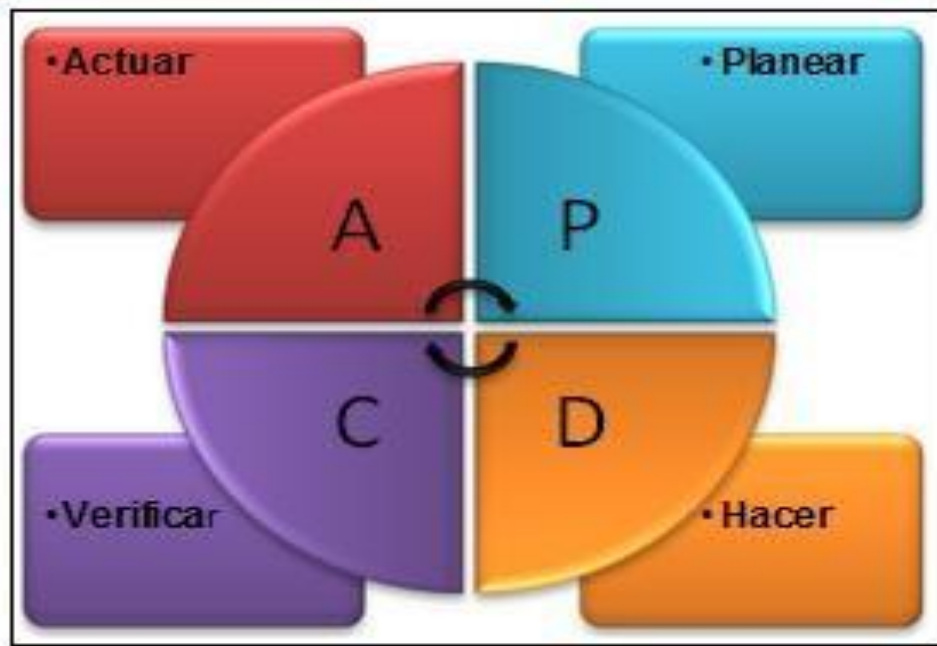
También implica Mantenimiento Total y el JIT a tiempo (JIT);

Este es uno de los conceptos más importantes del proceso

Gráficamente ,

Ciclo Planear- Hacer- Verificar- Actuar (PDCA)

Figura N°05 Ciclo de Deming



Fuente: MASAASI, Imai.

Planear

Identificar el problema, registrar la situación, establecer los objetivos y establecer procesos necesarios. (Cuatrecasas, 2012, p.590).

Se establecen las actividades del proceso, las especificaciones se convierten también en un elemento a mejorar. Es posible realizar pruebas de preproducción o pruebas piloto para probar los cambios.

Tomamos el indicador,

$$\text{IDP} = \frac{\# \text{ De Problemas críticos}}{\# \text{ De Problemas identificados}} \times 100$$

Hacer

Llevar a cabo la acción correcta e implementándola en el proceso. (Cuatrecasas, 2012, p.590).

Pasos organizar, dirigir, asignar recursos y supervisar la ejecución, mientras se recopilan datos para verificarlos y evaluarlos

Se refiere a hacer algo que estuvo planificado o meditado, que a partir de la acción, se objetiviza.

Nuestro indicador,

$$\text{MDM} = \frac{\# \text{ Metas de mejoramiento}}{\# \text{ Metas programadas}} \times 100$$

Verificar

Con los resultados se realiza el diagnóstico

De no obtener mejoras, se retorna a la etapa uno. (Cuatrecasas, 2012, p.591).

Después de una prueba se toman y se comparan con estándares y se evalúa su cambio.

Según nuestro indicador – Programación de soluciones fórmula:

$$\text{PDS} = \frac{\# \text{ Programación de soluciones}}{\# \text{ Total de programaciones}} \times 100$$

Actuar

Realizar actividades de mejoras.

Actualmente (2019) se le denomina "Ajustar".

Elegimos la mejor opción. Si no se realiza un nuevo ciclo.

Si no se han detectado errores relevantes, se aplican las mejoras.

Si hay errores no aplicar el ciclo.

Tomar estadísticas y mejorar el proceso.

Según nuestro indicador – Nivel de acciones correctivas de procesos realizados
fórmula

$$\text{NAC} = \frac{\# \text{ Procesos que se adecuan a los estándares}}{\# \text{ Procesos totales}} \times 100$$

Variable Dependiente

1.3.6 Definición de Calidad

Según Deming:

La calidad se extiende en dos dimensiones: subjetiva (lo que el cliente quiere) y objetiva (lo que se ofrece). (p.89).

Feigenbam (2009), agregó:

Relacionado con lo que el cliente desea;La calidad es el conjunto de aspectos y características de un servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes. (p.128).

Nuestros indicadores

$$\text{Devoluciones} = \frac{\# \text{ Unidades devueltas}}{\# \text{ Unidades de ventas planificadas}} \times 100$$

$$\text{Reclamos} = \frac{\# \text{ Unidades reclamos}}{\# \text{ Unidades de ventas planificadas}} \times 100$$

Dimnesiones de la calidad

Referidas al servicio al cliente

- Dimensión técnica: aspectos científicos y tecnológicos.
- Humana: presentar buenas relaciones entre clientes y empresas.
- Económica: para minimizar costes

Calidad del servicio

Grado de satisfacción del cliente que involucra expectativas previamente generadas.

El cliente indica sus agrado o decepción Sirve para mejorar la competitividad y diferenciar a la empresa.

Se relaciona con la confianza del cliente y se establece un vínculo de fidelidad

1.3.7 Empresa de Servicio.

El servicio también se califica,

La exactitud de los trámites, velocidad amabilidad de atención, destreza, limpieza, el transporte adecuado. (Deming, 1989, p. 145)

1.3.8 Sensibilidad de los clientes a la calidad.

Los clientes no mucho se fijan en la calidad, pero es necesario cumplir y mejorar los servicios. Los vendedores deben ser excelentes relacionistas públicos, resolver atenuantes oportunamente. Y sostener calidad en el servicio.

El servicio excelente da resultados

En rentabilidad

Posiciona a la empresa

Los precios son adecuados

Los errores disminuyen

La cartera de clientes aumenta

La satisfacción del cliente mejora.

1.3.9 Eficacia

Según Fernández (1997)

Se expresa en rentabilidad, calidad, competitividad, productividad, que son los indicadores de éxito de una empresa. (p. 70).

García (2008)

Es contrastar resultados con objetivos

Refiere que, el objetivo perseguido se obtiene con el mínimo de insumos . (p. 72)

1.3.10 Eficacia en ventas

Según (Salgueiro, 2001, p. 30)

Obtener resultados deseados, siguiendo al cliente

Comprende devoluciones, quejas, tiempos de entrega al cliente.

Nuestro indicador,

$$\text{Índice eficacia} = \frac{\# \text{ Unidades vendidas}}{\# \text{ Unidades planificadas en ventas}} \times 100$$

1.4 Formulación al problema.

General:

¿En que medida la Implementación de la Mejora Continua, mejora la Eficacia en las ventas, empresa Familia Activa SRL?

Específicos:

¿En que medida la Implementación de Mejora Continua, mejora la Calidad de la empresa Familia Activa SRL?

¿En qué medida la Implementación de Mejora Continua, incrementa la Eficacia de sus ventas de la empresa Familia Activa SRL?

1.5 Justificación del Estudio

El presente estudio de investigación se justifica de la siguiente manera:

1.5.1 Teórica

Bernal indicó:

Se genera análisis, reflexión y debate en aulas de lo ya formalizado. Es Confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. (p. 106).

Nuestra investigación se basa en los principios e implementación de la metodología de la Mejora Continua.

1.5.2 Práctica

Bernal sostiene.

Es cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que llevan a soluciones. (p. 106).

El estudio se basa en la reducción de reclamos, devoluciones y buscar eficacia en las ventas y permite solucionar los problemas hallados, Estrategias de planificación y de cambios.

1.5.3 Metodológica

Bernal expresó:

“ Cuando se procura un nuevo método o estrategia para fundamentar la ciencia con validez y confiabilidad” (p.107).

Nuestra investigación es de diseño cuasi experimental.

La metodología es correlacional

Mejora Continua (VI)

Eficacia en las ventas en la Empresa Familia Activa S.R.L. (VD).

1.5.4 Social

Con la capacitación de los padres mejora la relacione asociales

“Las capacitaciones de Escuela de padres, es un punto de apoyo y ayuda “
...(Juárez, 2008, p. 79).

La empresa Familia Activa S.R.L, tiene una responsabilidad social, por ello brinda el apoyo y soporte psicológico gratuitamente a sus clientes.

1.6 Hipótesis

General:

La implementación de la Mejora Continua, mejora la eficacia de las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Específicos:

La implementación de la Mejora Continua, mejora significativamente la calidad de la empresa Familia Activa S.R.L.

La implementación de la Mejora Continua, incrementa significativamente la eficacia de las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

1.7 Objetivos

General:

Determinar cómo la implementación de mejora continua mejora la eficacia de las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Específicos:

Determinar cómo la implementación de mejora continua mejora la calidad de la empresa Familia Activa S.R.L.

Determinar cómo la implementación de mejora continua incrementa la eficacia de la empresa Familia Activa S.R.L.

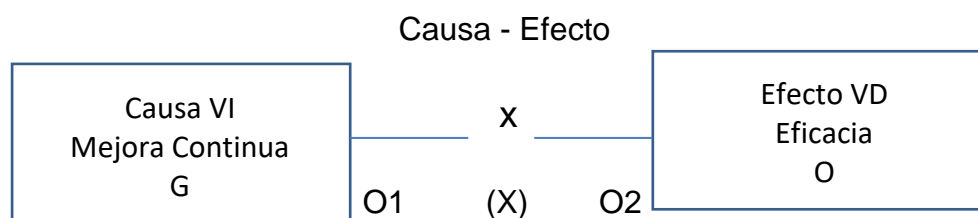
II METODO

2.1. Diseño de investigación

Aplicada

Con la ciencia y las teorías se solucionan problemáticas. Solucionar un problema concreto. (Gómez, 2006, p. 15).

Es Aplicada porque utiliza la metodología de Mejora Continua para mejorar y así solucionar lo encontrado en la entidad, es Cuasi experimental. En tanto registramos en antes y el después de la Mejora Continua. (Bernal, 2010).



G: Grupo de análisis

O1: Grupo de pre-prueba (datos antes de la implementación de la Mejora Continua).

X: Estímulo (Aplicación de metodología).

O2: Grupo de pos-prueba (toma de datos después de la aplicación de la metodología).

2.1.1 Tipo de estudio

De acuerdo por su naturaleza.

Aplicada; Valderrama, (2014);

Se sustenta en la investigación teórica; su finalidad específica es aplicar las teorías existentes a la producción de normas y

procedimientos tecnológicos, para controlar situaciones o procesos de la realidad” (p. 39).

Es aplicada porque se hará uso de la mejora continua para dar solución a la realidad problemática de la empresa Familia Activa S.R.L.

Cuantitativa

Hernández (2014) indica:

Este enfoque usa la recopilación de datos para probar hipótesis midiendo el análisis estadístico, para dar pautas de comportamiento y probar teorías. (p. 4).

En el trabajo de investigación se cuenta con datos numéricos de las variables y serán evaluados para tomar una decisión, perteneciente a la escala razón y usando herramientas de la estadística.

Longitudinal; Donde se tomará datos a través de un periodo de 16 semanas.

2.2 Variables, Operacionalización

VI= Aplicación de la metodología Mejora Continua;

Constituye la mejora lenta pero constante, del entorno que nos rodea, del ambiente, del puesto de trabajo y el logro de pequeñas mejoras. Con ciclo PHVA (Cuatrecasas, 2012, p. 590).

VD= Se plasma en rentabilidad, calidad, competitividad, productividad, eficiencia. todas ellas hacia el éxito empresarial. (Fernández, Sánchez, 1997, p. 70).

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FORMULA	ESCALA
Variable independiente: Mejora Continua	Constituye la mejora lenta pero constante, del entorno que nos rodea, del ambiente, del puesto de trabajo y el logro de las pequeñas mejoras. La Mejora Continua se puede plantear y gestionar a través del Ciclo de Deming PDCA. (Cuatrecasas, 2012, p 590)	El ciclo PDCA de mejora continua debe ser una filosofía organizacional, Donde todos los colaboradores deben involucrarse y ser parte del cambio. Donde los puntos claves será Planificar, hacer, verificar y actuar	Planificar el problema, registrar la situación establecer los objetivos y establecer procesos necesarios.	Identificación de problemas	$I.D.P. = (\# \text{ de problemas críticos} / \# \text{ problemas identificados}) \times 100$	Razón
			Hacer Llevar a cabo la acción correcta e implementandolo en el proceso.	Metas de mejoramiento	$M.D.M. = (\# \text{ de metas de mejoramiento} / \# \text{ metas programado}) \times 100$	
			Verificar Realizar el diagnostico a partir de los resultados, analizados y comparados.	Programación de soluciones	$P.D.S. = (\# \text{ Total de programaciones de soluciones} / \# \text{ total de programaciones}) \times 100$	
			Actuar Tomar acciones para mejorar base a las conclusiones del paso anterior.	Nivel de Acciones correctivas de procesos realizados	$N.A.C. = (\# \text{ procesos que se adecuan Total de pa los standares} / \text{procesos totales}) \times 100$	

Tabla N°04 Fuente propia – Operacionalización variable independiente

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FORMULA	ESCALA
Variable Dependiente: Eficacia	El termino eficacia se matiza o se concreta en rentabilidad, calidad, competitividad, productividad, eficiencia. Características todas ellas que van a permitir hablar de excelencia o éxito empresarial. Autor: Fernández, M, Sánchez, J, 1997, p, 70	Se puede medir de diversas formas, pero para asegurar la Eficacia en las ventas se debe minimizar los reclamos y devoluciones. Cuando esto incrementa es porque existe una clara insatisfacción del cliente interno o cliente externo. Las dimensiones que se ha mencionado es representativo a nuestras actividades que realiza la empresa.	CALIDAD	Devoluciones	$D = \frac{\text{Unidades Devueltas}}{\text{Ventas planificadas en unidades}} \times 100$	Razón
				Reclamo	$R = \frac{\text{\# de Reclamo}}{\text{\# de Ventas planificadas en unidades}} \times 100$	
			EFICACIA EN VENTAS	Eficiencia	$E = \frac{\text{Unidades vendidas}}{\text{Unidades planificado en ventas}} \times 100$	

Tabla N°05 Fuente propia – Operacionalización variable dependiente

2.3 Población, Muestra.

Población

Hernández indicó:

Conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (2010. p 174).

Para este estudio la población está representada por todos los clientes de la Empresa, en 16 semanas

$N = 16$.

Muestra

Según Hernández, et al (2014) :

Es un pequeño grupo de la población, elementos con características iguales (p.175).

En el caso de la investigación la muestra es igual a la población de estudio, durante el período de 16 semanas. $n = 16$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos Validez y Confiabilidad

2.4.1 Técnicas

Según Bernal, C. (2010), expresó:

Pueden ser varias, de acuerdo con el método y el tipo de investigación (p. 192).

En nuestro estudio

Observación Experimental, Análisis documental y observación de campo, a fin de recopilar los datos también entrevistas a los Clientes, cuestionarios a los trabajadores, inspección de registros (revisión en el sitio) y observación.

2.4.2 Instrumentos de Recolección de Datos

Según Hernández [et al.] (2014).

Se considera que un instrumento de medición adecuado si registrada lo que queremos contrastar (p. 199).

En la investigación, Se registrará objetivamente los datos que los soportes que justifican y le dan validez a la investigación, se utilizan en los procesos de la empresa dentro del Área de facturación y Reclamos & Devoluciones.

2.4.3 Validez y Confiabilidad

La validez del contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide (Hernández, Fernando y Baptista, 2014, p 201).

Los instrumentos de recolección de datos son validados por 03 Ingenieros expertos y autorizados de la Escuela de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo, quienes se encargarán de revisar el contenido integral de las fichas de datos y que darán validez al instrumento de recolección.

La confiabilidad de los datos se asume confiables, porque es información real de la empresa.

2.5 Método de análisis de datos

Con el fin de cumplir con los objetivos planteados en este trabajo de investigación se usará un software denominado SPSS versión 20. Donde se realizará el análisis, tomando en cuenta las variables.

2.5.1 Análisis Descriptivo Se especificarán los datos en frecuencia, porcentaje, medias, desviación estándar, según los objetivos que determine la investigación y se representarán de forma gráfica mediante el programa SPSS.

2.5.2 Análisis inferencial

Valderrama (2015), indica:

Prueba T para las muestras menores a 50, mayor a 50, puntuación Z, en las dos pruebas con docimasia, se establece aceptación o rechazo de las hipótesis (p. 232).

2.6 aspectos éticos

Se respetara fuentes bibliográficas y la autoría de los diferentes investigadores y de los libros utilizados en nuestra Tesis presente teniendo en cuenta el respeto, la responsabilidad y el derecho de autoría del material didáctico utilizado. Todas las fuentes de investigación consignadas, fueron debidamente referenciadas.

El investigador se compromete a respetar la veracidad de los resultados, la confiabilidad de los datos suministrados por la empresa y la identidad de los individuos que participaron.

2.7 Desarrollo de la propuesta

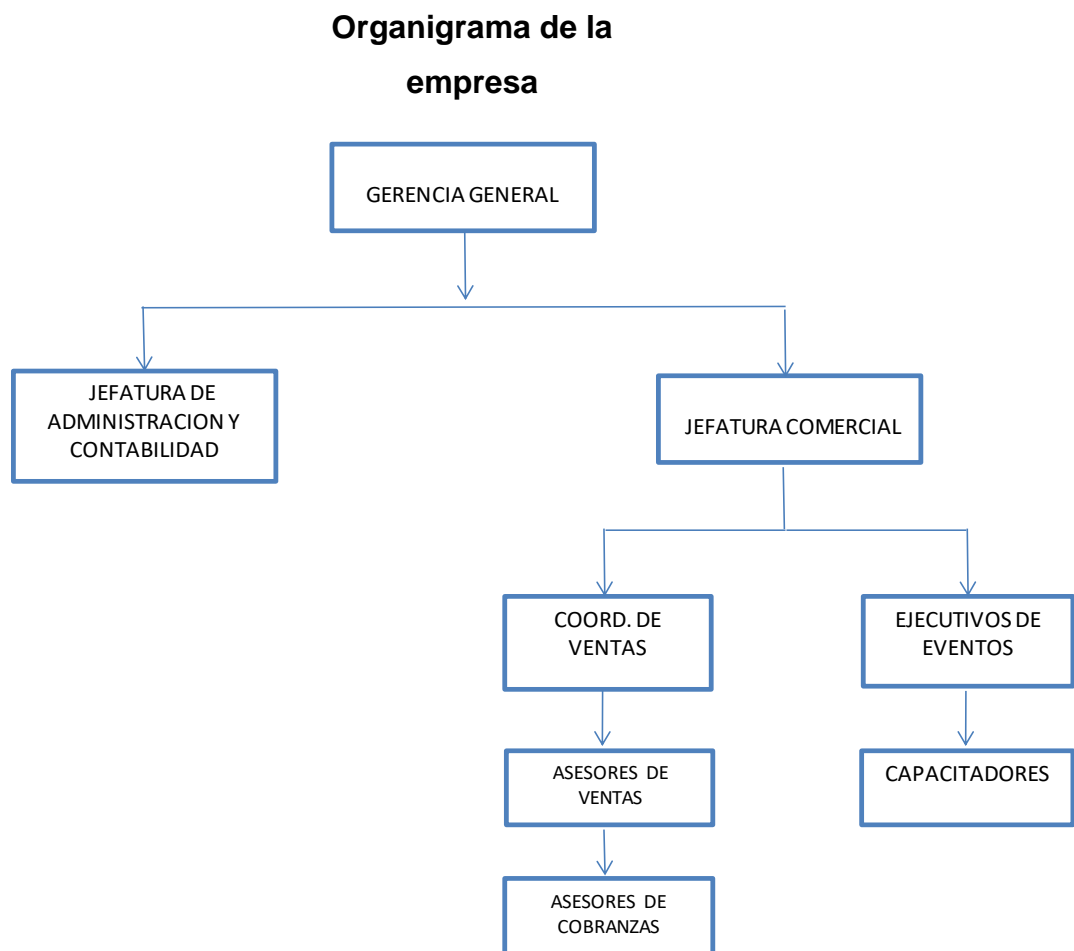
2.7.1 Situación Actual.

Cabe indicar que la empresa no ha prestado mucha información. La información de la Empresa Familia Activa S.R.L, es confidencial y también falta de ella. Ha hecho que se dificulte para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Es una empresa de consultoría para el desarrollo humano que brinda servicio de orientación vocacional, soporte psicológico para familia, persona individual y empresa.

Los servicios que brinda son las conferencias en colegios, en empresas Públicas y Privadas, temas que se usan como; Liderazgo, Autoestima, Personalidad, como también charlas motivacional, entre otros.

Figura N°06 Organigrama de la empresa



Fuente Familia Activa S.R.L.

Diagnóstico de la empresa

Se evidenció deficiencias; falta de calidad, mala atención, mala logística, falta de compromiso con el trabajo, rote constante de personal, falta de motivación, falta de objetivos o metas claros.

Se observaba, bajas ganancias, incumplimiento de metas de ventas y de capacitaciones. Todo esto se veía reflejado en el porcentaje de devoluciones de producto y reclamos de los clientes.

Análisis de la muestra Pre Prueba

Para realizar el análisis comparativo a nivel de las ventas de los eventos de antes y después de la implementación la Mejora Continua. Se seleccionaron las ventas de 16 semanas. Se realizó la prueba del periodo Agosto del 2017 a Noviembre del 2017.

Tabla N°06 Ventas Periodo del 2017

MES	EVENTOS	CLIENTES - VENTAS
Agosto	8	93
Setiembre	12	104
Octubre	10	110
Noviembre	9	104
TOTAL	39	411

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 02 Ventas periodo 2017



Fuente: Elaboración propia

En porcentajes de las ventas de los meses evaluados son muy parecidos, nos parece idóneo esta época porque el cliente no tiene gastos por fiestas festivas.

También se evalúa el % de pérdida que se tuvo en el periodo de estudio, consiste en las devoluciones de productos y reclamos. Detallamos el nombre del producto, descripción del motivo de devolución o reclamo, la observación si procede y la cantidad total.

Tabla N°07 Reclamos y devoluciones Agosto del 2017 a Noviembre del 2017.

DESC_PRODUCTO_ENTRA	DESCRIPCION_CONC	OBSERVACION	Suma de CANTIDAD
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	11
	DEVOLUCION BACK ORDER	PROCEDE DEVOLUCION	1
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	4
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	2
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
APRENDIZAJE		PROCEDE DEVOLUCION	2
	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	6
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
	CAMPANA/GARANTIA VENCIDA	NO PROCEDE	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	NO PROCEDE	1
		PROCEDE DEVOLUCION	1
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	8
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	1
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS		PROCEDE DEVOLUCION	1
	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCION	9
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	3
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	4
FAMILIA ACTIVA	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	1
		PROCEDE DEVOLUCION	1
	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	6
	DEVOLUCION SIN CAUSA JUSTIFICADA	NO PROCEDE	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCION	5
MEJOR LECTOR	NO PUEDE PAGAR	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
		PROCEDE DEVOLUCION	6
	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	5
	CLIENTE NO ACEPTA CAMBIO DE PRODUCTO	PROCEDE DEVOLUCION	1
SOBRE PROTECCIÓN	ERROR DE EMPAQUE	PROCEDE DEVOLUCION	4
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCION	1
	SOLICITO OTRO LIBRO	PROCEDE DEVOLUCION	2
	CAMPANA/GARANTIA VENCIDA	PROCEDE DEVOLUCION	1
	CANJE A DEVOLUCION NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCION	2
	ERROR DE EMPAQUE	PROCEDE DEVOLUCION	2
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCION	8
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	2
	PROBLEMA DE CALIDAD	PROCEDE DEVOLUCION	2
Total Devolución y Reclamo			120

Fuente: Elaboración propia

Facturación Vs Perdida de venta

Libros facturados de venta S/.

DESCRIPCION	Suma de UND_FACTURADA ^s
APRENDIZAJE	S/. 8,543.00
MEJOR LECTOR	S/. 9,207.00
SOBRE PROTECCIÓN	S/. 4,500.00
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	S/. 10,332.00
FAMILIA ACTIVA	S/. 8,890.00
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	S/. 9,920.00
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	S/. 10,332.00
TOTAL FACTURADO	S/. 61,724.00

Perdida de venta S/.

DESCRIPCION	Promedio de COSTO PRO
APRENDIZAJE	S/. 549.00
MEJOR LECTOR	S/. 689.00
SOBRE PROTECCIÓN	S/. 358.00
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	S/. 790.00
FAMILIA ACTIVA	S/. 542.00
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	S/. 849.00
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	S/. 724.05
TOTAL COSTO	S/. 4,501.05

VALOR VENTAS	VALOR DEVUELTO	% EN DINERO RECLAMOS Y DEVOLUCIONES
S/. 61,724.00	S/. 4,501.05	7.3
UNID. VENDIDAS	UNID. DEVUELTO	% UNIDADES
411	120	29.2

Fuente Propia

A continuación evaluaremos las devoluciones y reclamos por cada tema de colección.

Cuando **Procede a devolución** que indica la devolución de la colección, esto está bajo el concepto de problemas de calidad. El porcentaje mayor que le sigue es el concepto **hacer el cobro de penalidad**, está ligado a la devolución del producto por concepto de no poder pagarlo o que el vendedor no cerró bien la venta y el cobro que se realiza es por los gastos administrativos. El porcentaje menor indica a **no procede**, esto nos indica que la colección que el cliente desea devolver está maltratado y no de origen sino por mala manipulación.

Para la implementación de la Mejora Continua se tendrá una inversión de:

Descripción de material	Cantidad	Costo por Und. (S/.)	Costo total (S/.)
Mano de Obra			
Coordinador del área de Mejora	1.00	2000.00	1500.00
Evaluación de conformidad de los puestos de trabajo			
Materiales de trabajo			
Computadora Toshiba	1	2200.00	2200.00
USB HP de 16 GB	1	80.00	80.00
Archivadores	6	7.00	42.00
Cuadernillo	6	1.00	6.00
Credencial del trabajador - Fotochek	12	2.70	32.40
Lapicero	20	0.30	6.00
Corrector	5	0.80	4.00
Resaltadores	5	0.80	4.00
Paquetes de hojas A4	5	10.00	50.00
Télefono	3	250.00	750.00
Stante para los libros	2	450.00	700.00
Materiales de Publicidad	4	110.00	440.00
Boletas con copias para los reclamos	6	15.00	90.00
Maletas para los libros	2	98.00	196.00
Pizarra acrilica más plumones	1	80.00	80.00
Sub total			6180.40
% IGV			1112.47
Total			7292.87

Tabla N°8 Inversión Fuente Propia

Cronograma de Ejecución

N°	DIMENSIONES	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
			Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14	Sem 15	Sem 16
1	PLANEAR	Identificar la situación real	■															
2		Diagnosticar la problemática		■														
3	HACER	Implementar Procedimientos de mejora			■	■	■											
4		Hacer funcionar el nuevo procedimiento					■	■	■									
5		Capacitar al personal, nuevo porcedimiento de trabajo							■	■								
7	VERIFICAR	Controlar las ventas										■	■	■	■	■	■	■
8		Consolidar informacion de control										■						
9		Verificar lo resultado del analisis											■					
10	ACTUAR	Evaluar los resultados - formatos											■	■	■	■	■	■
11		Evaluar resultados de los clientes												■	■	■	■	■

Tabla N° 9 Cronograma de ejecución Fuente propia

2.7.2 Propuesta de Mejora

Implementación la Mejora Continua, basándonos en el ciclo de Deming.

Se reunieron todos los integrantes de la empresa para conocer y comprometerse en el cumplimiento de la mejora

Aplicaron, Pareto, Ishikawa y Foda,

Se identificaron 5 puntos críticos,

CAUSA / PROBLEMA / FENÓMENO	PC	PI
No hay personal a cargo de los promotores de venta ni de cobranza.	15	15
Devoluciones de producto por no gustarle.	13	13
Devoluciones de producto por mala calidad (mal impresos, temas repetidas, etc)	12	12
Hay evaluación de Reclamos y devoluciones.	9	9
Almacén inadecuado, para los libros.	7	7
Devoluciones de producto porque el cliente no puede pagar	6	6
No existe métodos de manejo de reclamos y devoluciones.	4	4
Falta capacitar al personal que brinda el servicio directo.	4	4
No hay procedimiento, de funciones específicos de cada puesto de trabajo.	3	3
No se registra los reclamos ni devoluciones.	2	2

PROBLEMA CRITICO 
PROBLEMA IDENTIFICADO 

Tabla N° 10 Problemas - Fuente: empresa

Según fórmula se tiene:

$$\text{IDP} = \frac{\# \text{ De Problemas críticos}}{\# \text{ De Problemas identificados}} \times 100$$

Donde

$$\text{IDP} = \frac{5}{10} \times 100 = 50 \%$$

Concluye que el 50 % son críticos.

Las acciones indicadas :

- Desarrollar el perfil de cada puesto.
- Capacitación constante a los promotores y cobradores.
- Desarrollar el formato de devoluciones y reclamos.

1. Hacer.

- En difundir los perfiles del puesto de trabajo. Procedimientos y métodos se determinó perfiles de asesores de cobranza, de ventas y Coordinador de ventas.
- Se estableció un formato de capacitación. (Anexo N° 01)
- Se elaboró el formato de Devoluciones y reclamos. (Anexo N° 02). Su fórmula es ,

$$\text{MDM} = \frac{\# \text{ Metas de mejoramiento}}{\# \text{ Metas programadas}} \times 100$$

La interpretación es; Un 60 % de las metas de mejoramiento sea logrado, hasta este punto del trabajo.

2. Verificar.

Mediante un estante para ordenar y llevar un mejor control de los libros, la guía, las facturas, todo material de venta.

Mantener el orden y la limpieza es una práctica de las 5S , constantemente

Se espera reducir las fallas en el empaquetado de las colecciones para la conferencia.

Figura N°07 Nuevo almacenaje de colecciones



Usando la fórmula.

$$\text{PDS} = \frac{\# \text{ Programación de soluciones}}{\# \text{ Total de programaciones}} \times 100$$

$$\text{PDS} = \frac{3}{5} \times 100 = 60 \%$$

La interpretación es; Un 60 % de los programas cumplidos o solucionados, hasta este punto del trabajo.

3. Actuar

Se evaluará los pasos anteriores para poder tomar una buena decisión

$$\text{NAC} = \frac{\# \text{ Procesos que se adecuan a los estándares}}{\# \text{ Procesos totales}} \times 100$$

Se hace un análisis por temas de colección, el por qué los clientes realizan las devoluciones y reclamos de las colecciones que se vende en las capacitaciones.

Se creó una plantilla en Excel para colocar la base de datos de todas las devoluciones y reclamos que tiene el cliente hacia el producto, para poder evaluar cuál de los conceptos tiene mayor incidencia.

DESC_PRODUCTO_ENTRA	DESCRIPCION_CONC	OBSERVACIÓN	Suma de CANTIDAD
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	11
	DEVOLUCIÓN BACK ORDER	PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	4
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	2
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
		PROCEDE DEVOLUCIÓN	2
APRENDIZAJE	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	6
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOMBRES DE BIEN	CAMPANA/GARANTÍA VENCIDA	NO PROCEDE	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	NO PROCEDE	1
		PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	8
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	1

		PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCIÓN	9
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	3
		NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	4
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	1
		PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
FAMILIA ACTIVA	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	6
	DEVOLUCIÓN SIN CAUSA JUSTIFICADA	NO PROCEDE	1
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCIÓN	5
	NO PUEDE PAGAR	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROBLEMA DE CALIDAD	NO PROCEDE	4
		PROCEDE DEVOLUCIÓN	6
MEJOR LECTOR	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	5
	CLIENTE NO ACEPTA CAMBIO DE PRODUCTO	PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	ERROR DE EMPAQUE	PROCEDE DEVOLUCIÓN	4
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	SOLICITO OTRO LIBRO	PROCEDE DEVOLUCIÓN	2
SOBRE PROTECCIÓN	CAMPANA/GARANTÍA VENCIDA	PROCEDE DEVOLUCIÓN	1
	CANJE A DEVOLUCIÓN NO HAY STOCK	PROCEDE DEVOLUCIÓN	2
	ERROR DE EMPAQUE	PROCEDE DEVOLUCIÓN	2
	NO GUSTO (NO JUSTIFICADO)	PROCEDE DEVOLUCIÓN	8
	NO PUEDE PAGAR	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	2
	PROBLEMA DE CALIDAD	PROCEDE DEVOLUCIÓN	2
Total Devolución y Reclamo			120

Tabla N° 11 Base de datos motivo de devolución y reclamo.

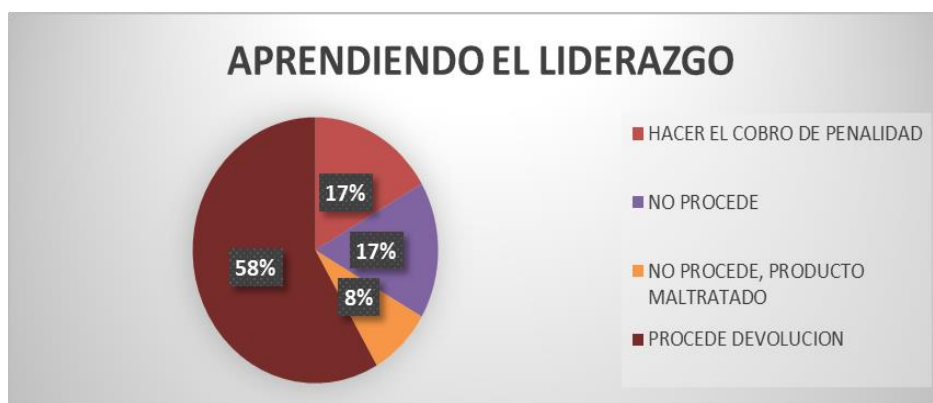
Se procedió a desglosar la plantilla para evaluar según los motivo de devolución. Agrupando por temas de colección.

TEMA DE COLECCIÓN - APRENDIENDO EL LIDERAZGO

OBSERVACIÓN	CANTIDAD
HACER EL COBRO DE PENALIDAD	4
NO PROCEDE	4
NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	2
PROCEDE DEVOLUCIÓN	14

Tabla 12 Base de datos Aprendiendo el Liderazgo

Gráfico N° 03 Datos de aprendiendo liderazgo



Fuente propia

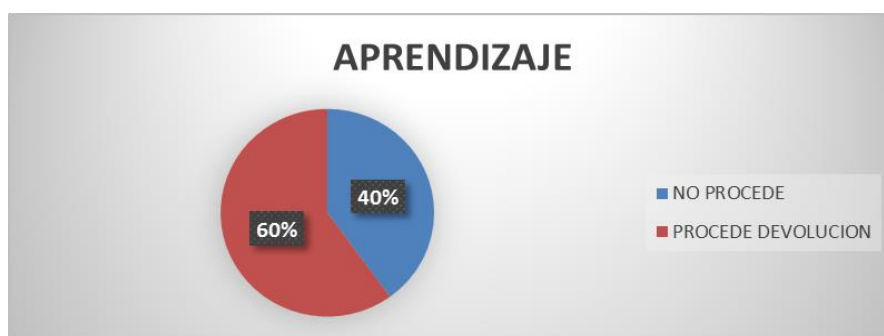
Para este caso el porcentaje mayor nos refiere que es una devolución por un tema de calidad siendo un 58%.

TEMA DE COLECCIÓN - APRENDIZAJE

OBSERVACIÓN	CANTIDAD
NO PROCEDE	4
PROCEDE DEVOLUCIÓN	6

Tabla N° 13 Base de datos Aprendizaje - Fuente propia

Gráfico N° 04 Base de datos Aprendizaje



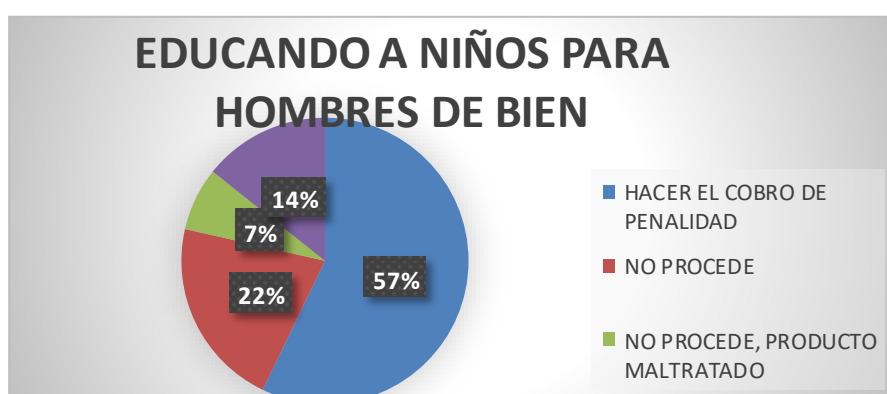
Para este caso el porcentaje mayor nos refiere que es una devolución por un tema de calidad, Siendo un 60%.

EDUCANDO A NIÑOS PARA HOMBRES DE BIEN

OBSERVACION	CANTIDAD
HACER EL COBRO DE PENALIDAD	8
NO PROCEDE	3
NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
PROCEDE DEVOLUCION	2

Tabla N° 14 Base de datos Educando a niños para hombres - Fuente propia

Gráfico N° 05 Base de datos Educando niños para hombres de bien



Fuente Propia

Para este caso el porcentaje mayor nos refiere que es una devolución es por hacer el cobro de penalidad, porque el cliente no lo puede pagar o el vender no concretó la venta.

ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS

OBSERVACIÓN	CANTIDAD
HACER EL COBRO DE PENALIDAD	3
NO PROCEDE	1
NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	4
PROCEDE DEVOLUCIÓN	11

Tabla N° 15 Base de datos escuchando a nuestros hijos

Gráfico N° 06 Base de datos



Fuente propia

Para este caso el porcentaje mayor nos refiere que es una devolución por un tema de calidad.

III RESULTADOS

Se toman 16 las semanas de la prueba, ventas planificadas, % de eficacia en ventas. En Pretest

EN SEMANAS VENTAS Y DEVOLUCIONES 2017							
MES	SEMANA	# EVENTOS	# VENTAS	# DEVOLUCIÓN	% DE DEVOLUCION	VENTAS PLANIFICADAS	% DE EFICACIA VENTAS
Agosto	1	3	27	2	7%	36	74.0
	2	3	29	1	3%	36	80.0
	3	3	26	2	8%	36	73.0
	4	3	26	2	8%	36	71.0
Setiembre	5	3	36	1	3%	36	79.0
	6	4	39	3	8%	48	81.0
	7	3	27	3	11%	36	75.0
	8	4	35	0	0%	48	72.0
Octubre	9	4	35	4	11%	48	73.0
	10	2	17	0	0%	24	72.0
	11	2	20	1	5%	24	83.0
	12	3	26	3	12%	36	70.0
Noviembre	13	3	26	2	7%	36	72.0
	14	1	9	2	22%	12	74.0
	15	2	18	4	22%	24	74.0
	16	3	26	0	0%	36	71.0
TOTAL		46	411	30	8%	552	74.6

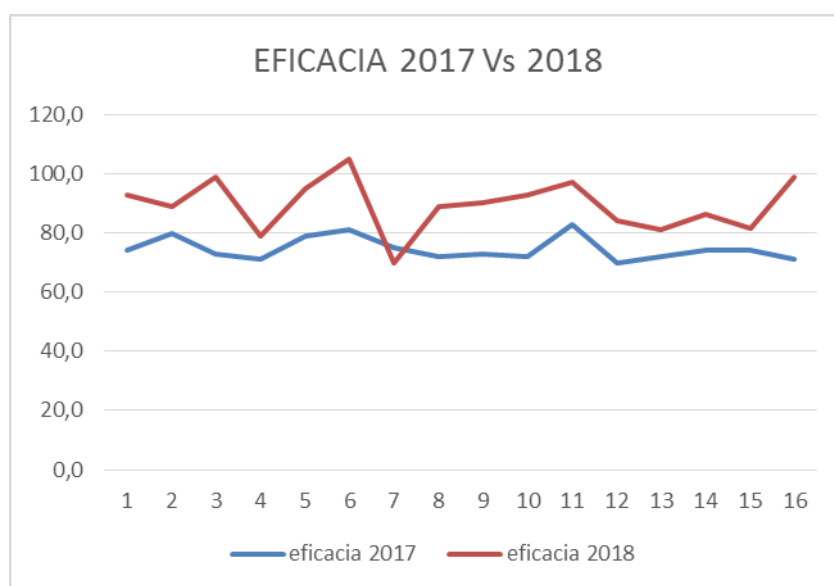
Tabla N° 16 Semana ventas y devoluciones 2017 - Fuente propia

Análisis del periodo 2018, con la implementación de la Mejora Continua en la empresa. Postest.

EN SEMANAS VENTAS Y DEVOLUCIONES 2018							
MES	SEMANA	# EVENTOS	# VENTAS	# DEVOLUCIÓN	% DE DEVOLUCION	VENTAS PLANIFICADAS	% DE EFICACIA VENTAS
Febrero	1	2	22	2	9%	24	93.0
	2	5	54	1	2%	60	89.0
Marzo	3	2	24	1	4%	24	99.0
	4	2	19	1	5%	24	79.0
	5	3	34	2	6%	36	95.0
	6	2	25	1	4%	24	105.0
Abril	7	2	15	0	0%	24	70.0
	8	2	21	2	10%	24	89.0
	9	4	43	2	5%	48	90.0
	10	3	34	2	6%	36	93.0
Mayo	11	3	35	0	0%	36	97.0
	12	2	20	0	0%	24	84.0
	13	2	20	0	0%	24	81.0
	14	3	31	3	10%	36	86.1
Junio	15	5	50	1	2%	60	81.7
	16	6	71	3	4%	72	99.0
TOTAL		48	518	21	4%	576	89.4

Tabla N° 17 Semana ventas y devoluciones 2018 - Fuente propia

Gráfico N° 07 Comparación de Eficacia



Fuente propia

En el cuadro y tabla muestra el notable crecimiento del % de eficacia en las ventas del periodo 2018.

3.1 Análisis Descriptivo

		Estadístico	Error típ.	
PRETEST	Media	64.7500	3.06254	
	Intervalo de confianza para la media	Límite inferior	58.2223	
	al 95%	Límite superior	71.2777	
	Media recortada al 5%		65.4444	
	Mediana		67.0000	
	Varianza		150.067	
	Desv. típ.		12.25017	
	Mínimo		33.00	
	Máximo		84.00	
	Rango		51.00	
	Amplitud intercuartil		9.75	
	Asimetría		-1.218	.564
	Curtosis		2.077	1.091
	Media		89.4250	2.23403
POSTEST	Intervalo de confianza para la media	Límite inferior	84.6633	
	al 95%	Límite superior	94.1867	
	Media recortada al 5%		89.6389	
	Mediana		89.5000	
	Varianza		79.854	
	Desv. típ.		8.93611	
	Mínimo		70.00	
	Máximo		105.00	
	Rango		35.00	
	Amplitud intercuartil		14.22	
	Asimetría		-.372	.564
	Curtosis		.104	1.091

Tabla N° 18 Análisis comparativo de las ventas - Fuente SPSS. 20

Variable Dependiente: Eficacia en las ventas

3.2 Análisis Inferencial

Dado que es un estudio cuasi experimental, y que la escala de la variable dependiente “Eficacia”, es de tipo razón, se probó la normalidad de los diferentes datos.

La regla de comprobación indica

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento no paramétrico

Si $p\text{valor} > 0.05$, los datos de la serie tiene un comportamiento paramétrico.

Análisis de la hipótesis general

3.2.1 Normalidad: Con la prueba se obtuvieron los resultados,

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PRETEST	.224	16	.031	.897	16	.073
POSTEST	.106	16	.200*	.983	16	.985

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Tabla N° 19 Pruebas - Fuente SPSS..

En la tabla N°19, Siendo la significancia mayor que 0.005, pretest 0.897 y postest 0.0983 se usa de un estadígrafo paramétrico, como la t de Student.

Constatación de la hipótesis general

H1: La implementación de mejora continua mejora la eficacia en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

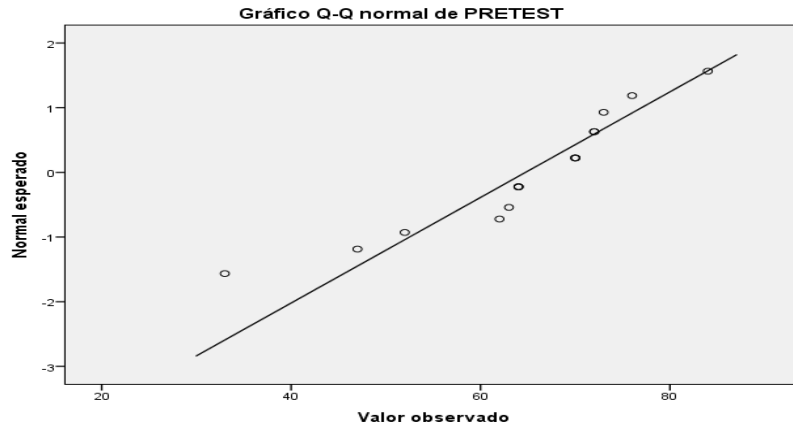
Ho: La implementación de mejora continua NO mejora la eficacia en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Supuestos:

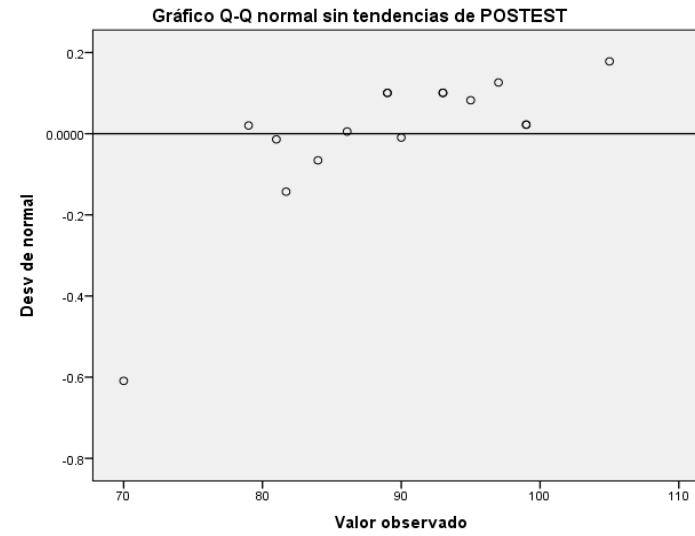
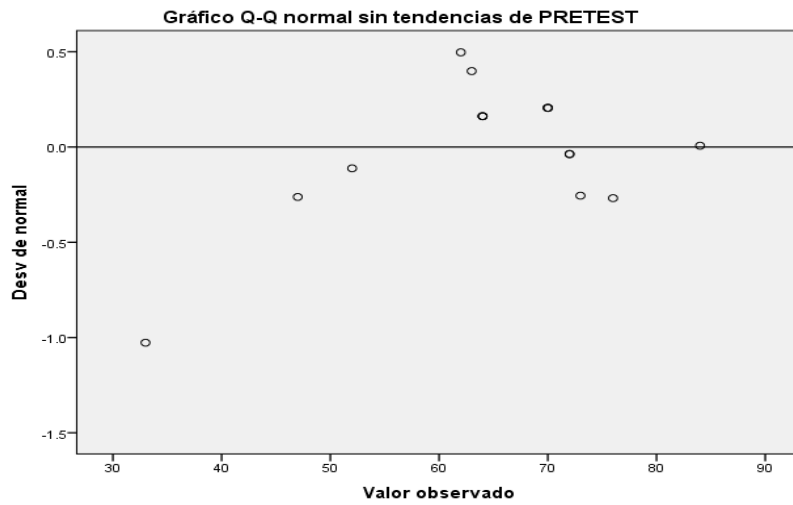
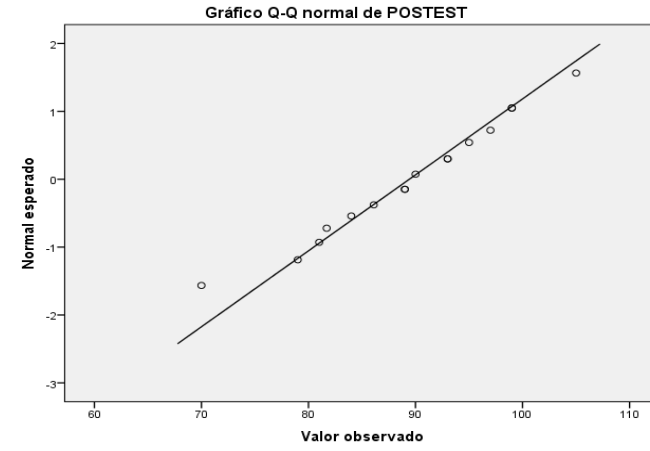
$P < 0.05$ aceptamos Ho

$P \geq 0.05$ aceptamos H1

PRETEST



POSTEST



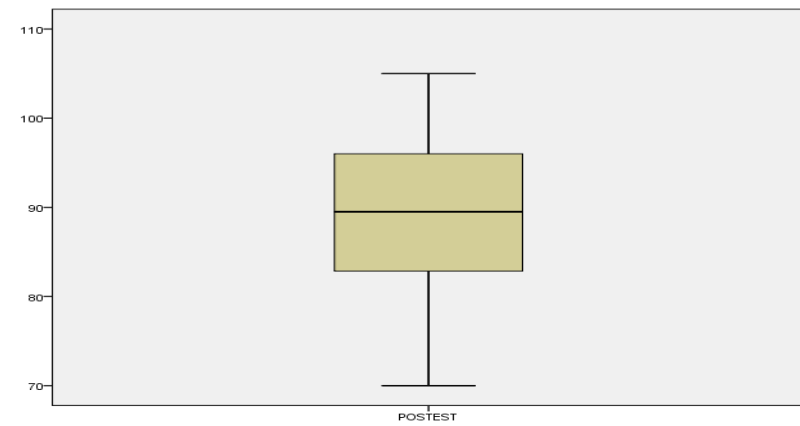
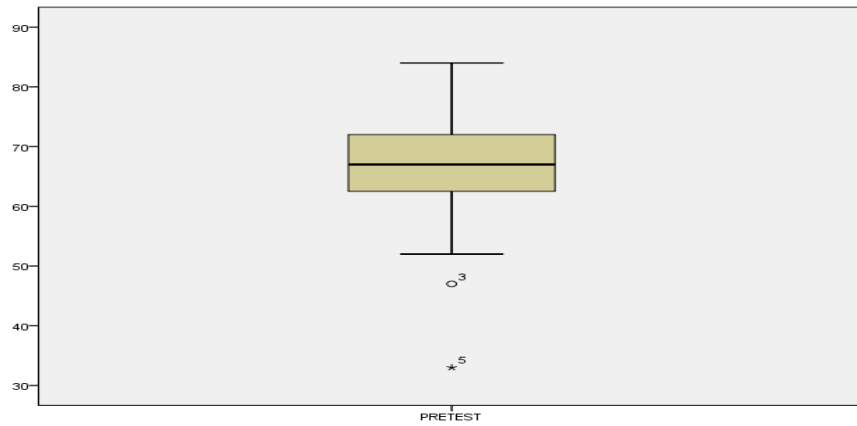


Grafico N° xx Prueba de normalidad Fuente SPSS 20.

Según las figuras arriba, que hay una diferencia significativa entre los datos del pre test y post test, observando que los datos del post test los puntos están ubicados más cerca a la recta.

Prueba de T-Student

Prueba de muestras relacionadas								
	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 PRETEST - POSTEST	-24.67500	18.03295	4.50824	-34.28408	-15.06592	-5.473	15	.000

Tabla N° 20 Prueba de muestras relacionadas - Fuente SPSS 20

De la tabla 20,

Mediante la regla

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula.

Si $p\text{valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula

En eficacia antes y después de las ventas, la significancia es 0.000, menor de 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se deduce que *La implementación de mejora continua mejora la eficacia de las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.*

3.2.2 Análisis de la primera hipótesis específica

Ha: La implementación de la Mejora Continua, mejora la calidad de la empresa Familia Activa S.R.L A fin de poder contrastar la primera hipótesis específica, primero se determinan si los datos que corresponden a las series de la conformidad de la información en la venta del seguro de compra protegida antes y después tienen un comportamiento paramétrico, para tal fin y en vista que las series de

ambos datos son en cantidad 16, se procederá al análisis de normalidad mediante el estadígrafo de Shapiro Wilk

Supuestos:

$P < 0.05$ aceptamos H_0

$P \geq 0.05$ aceptamos H_1

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PRETEST	.167	16	.200 [*]	.913	16	.131
POSTEST	.215	16	.047	.894	16	.065

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Se puede verificar que la significancia de la conformidad de la información de la Calidad, antes es 0.131 y después 0.065, que son menores a 0.05 usamos para descartar t de Student.

Constatación de la primera hipótesis

H_1 : La implementación de mejora continua mejora la Calidad en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

H_0 : La implementación de mejora continua NO mejora la Calidad en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Prueba de T-Student

Tabla N° 21 Prueba de muestras relacionadas primera hipótesis

Prueba de muestras relacionadas								
	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 PRETEST - POSTEST	3.62500	1.50000	.37500	2.82571	4.42429	9.667	15	.000

Mediante la regla

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula.

Si $p\text{valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula

De la tabla 21, se puede verificar que la significancia de la prueba de t de student, aplicada a la Calidad antes y después es de 0.000, en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y se da por aceptada que *La implementación de mejora continua mejora la Calidad, empresa Familia Activa S.R.L.*

3.2.3 Análisis de la segunda hipótesis específica

Tabla N° 22 Prueba de normalidad segunda hipótesis

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PRETEST	.097	15	.200*	.972	15	.892
POSTEST	.110	15	.200*	.990	15	.999

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En la tabla N°22, se verifica que la significancia del incremento de la eficacia de las ventas antes, de la mejora era 0.892 y con la mejora implementada la significancia es 0.999 y en ambos casos es mayor 0.05. Por lo tanto de acuerdo a la regla de decisión se asume que el análisis de constatación de la hipótesis el uso de un estadígrafo paramétrico, para este caso se utilizará la prueba de t de Student.

Constatación de la hipótesis general

H1: La implementación de mejora continua incrementa la eficacia en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Ho: La implementación de mejora continua NO incrementa la eficacia en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L.

Supuestos:

$P < 0.05$ aceptamos Ho

$P \geq 0.05$ aceptamos H1

Prueba de T-Student

Tabla N° 23 Prueba de normalidad Tercera Hipótesis

Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 PRETEST - POSTEST	-17.9800	27.31729	7.05330	-33.10781	-2.85219	-2.549	14	.023

Mediante la regla

Si $p\text{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula.

Si $p\text{valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Observando la tabla 24, , la significancia de la prueba de t de Student, aplicada en ver el incremento de la eficacia de las ventas es 0.023, se rechaza la hipótesis nula y afirmamos que *La implementación de mejora continua incrementa la eficacia en la venta de la empresa Familia Activa S.R.L*

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión de la Hipótesis General

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidenció que la mejora continua mejora la eficacia en las ventas de la empresa Familia Activa S.R.L, por la significancia $p_{valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula. Y por ende se da como aprobado la implementación de la mejora continua.

4.1.1. Discusión de la Hipótesis

En la tabla N° 16 y 17 de la página (66). También se indica de como medimos la Calidad, mediante al porcentaje de devoluciones y reclamos, después de la implementación de la mejora continua ha decaído un 4% de devoluciones y reclamos a comparación con el periodo del 2017. En la tabla 22, indica que la significancia es 0.000 por ello la hipótesis es nula, por lo tanto se da como aprobado la implementación de mejora continua.

4.1.2. Discusión de la Hipótesis

De las tablas 16 y 17 (p.66). Se concluye que la eficacia de las ventas ha mejorado después de la implementación, con un incremento de 12% aproximadamente. Sustentado en la prueba de hipótesis dan como aprobado por cumplir con la condición. A pesar que el valor obtenido es 0.023.

V. CONCLUSIONES

- Se logró la implementación de la mejora continua en la empresa Familia Activa S.R.L, siendo las ventas de pretest (antes) solo por el periodo de 16 semanas un total de S/. 61 724.00 (tabla N° 01) y después de la mejora se estima tener una ganancia de S/. 66225.05, aumentando en un 7.3%.
- La Calidad se mejoró con el Kaizen, en la empresa Familia Activa S.R.L. por los resultados obtenidos en la contratación de la hipótesis.
- La eficacia en las ventas se incrementaron para la empresa Familia Activa S.R.L. por los resultados obtenidos contratación de la hipótesis.

VI. RECOMENDACIONES

- Realizar lo establecido e implementado de la mejora continua, usar los registros, documentos implementados, evidenciar la información cuantitativa, evidenciar los reclamos, devoluciones, % de eficacia por cada mes. Para que puedan tomar mejores decisiones.
- Dar énfasis al buen trato para el cliente interno y externo, a brindar charlas de calidad, entregar productos de calidad y retroalimentar las características de cada cliente, para darle lo que ellos quieren.
- Diferenciar a los clientes por las zonas geográficas porque las necesidades son diferentes, la realidad social y económica varía. Y así diversificar y generar mayores ventas.

VII. REFERENCIAS

Tesis Nacionales

Marcelino, D. Aplicación de la Mejora de procesos para incrementar la productividad del área de producción de una empresa de Calzado. Para lograr el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo. 2017, p.252.

Portilla, C. Aplicación del ciclo PHVA para mejorar la calidad de las ventas del seguro de compras protegida de la empresa chubb Perú. Para lograr el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo. 2017, p.189.

Llontop, J. Aplicación del Método Kaizen para mejorar la productividad en el proceso de entrega de productos del área de Distribución de la empresa Backus & Johnston S.A.A. Para lograr el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo. 2017, p.126.

Cruzado, R. Aplicación del método Deming para mejorar la competitividad en el servicio de post-venta de automóviles livianos. Empresa DIVEMOTOR. Para lograr el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo. 2016, p.120.

Ramos, F. Implementación del sistema de administración de las relaciones con el cliente (CRM) para mejorar la administración de ventas de la empresa textiles el Carmen S.A.C . Para lograr el grado de Ingeniero Industrial. Universidad Cesar Vallejo 2017, p.137.

Tesis Internacional

Sanchez, A. Aplicación de las 7 herramientas de la Calidad a través del ciclo de mejora continua de Deming en la sección de Hilandería en la fábrica Pasamanería S.A. Para obtener el grado de Ingeniero Industrial. Universidad de Cuenca, Ecuador. 2013, p.108.

Camacho, A. Escuela de padres y rendimiento escolar. Título en Pedagoga con Orientación en Administración y Evaluación Educativas. Guatemala. 2013.

Belo, J. y Rodríguez, A.. El Kaizen como herramienta en el mejoramiento continuo del servicio en la agencia de viajes MERCY'S TOURS, C.A", título de ingeniero industrial. Universidad del Oriente, Maturin. 2014.

Villega, G. Programa de innovación y mejoramientos de procesos aplicados a la eficiencia de desempeño, Departamento de Ingeniería de la compañía Panasonic Communications, México. 2012

Dorantes en su tesis titulada "Sistematización del departamento de ventas e implementación de un sistema CRM", sustentada en la Universidad Tecnológica de Querétaro. 2011.

GUTIERREZ, Humberto. Calidad total y productividad. México: McGrawHill Educación. 2014.

ISBN. 978-607-15-0315-2.

CUATRECASAS. Gestión de la Calidad Total Organización de la producción y Dirección de Operaciones. Madrid Ediciones Díaz Santos. 2012. 590pp.

ISBN. 978-84-7978-997-8.

Deminig, Eduard, La Salida de la Crisis. España, 2010. 191 pp.

ISBN: 84-87189-22-9

SUAREZ, El Kaizen la Metodología de Mejora Continua. 1° Ed Mexico. 2007. 219 pp.

ISBN: 968-38-1591-x

FERNANDEZ, M, SANCHEZ, J. Eficacia Organizacional. Madrid: Ediciones Díaz Santos 1997. 70 pp.

ISBN: 84-7978-312-5

GARCIA, 2008, p, 72. Decisiones Estrategias de Operaciones de Empresas de Servicios. España: Impresiones gráficas Rey, S.L. 2008. 72p.

ISBN: 978-84-475-3262-9

ANEXO

Evaluación de devoluciones y % de eficacia en ventas 2017

EN SEMANAS VENTAS Y DEVOLUCIONES 2017							
MES	SEMANA	# EVENTOS	# VENTAS	# DEVOLUCIÓN	% DE DEVOLUCION	VENTAS PLANIFICADAS	% DE EFICACIA VENTAS
Agosto	1	3	27	2	7%	36	74.0
	2	3	29	1	3%	36	80.0
	3	3	26	2	8%	36	73.0
	4	3	26	2	8%	36	71.0
Setiembre	5	3	36	1	3%	36	79.0
	6	4	39	3	8%	48	81.0
	7	3	27	3	11%	36	75.0
Octubre	8	4	35	0	0%	48	72.0
	9	4	35	4	11%	48	73.0
	10	2	17	0	0%	24	72.0
	11	2	20	1	5%	24	83.0
Noviembre	12	3	26	3	12%	36	70.0
	13	3	26	2	7%	36	72.0
	14	1	9	2	22%	12	74.0
	15	2	18	4	22%	24	74.0
TOTAL		46	411	30	8%	552	74.6

Evaluación de devoluciones y % de eficacia en ventas 2018

EN SEMANAS VENTAS Y DEVOLUCIONES 2018							
MES	SEMANA	# EVENTOS	# VENTAS	# DEVOLUCIÓN	% DE DEVOLUCION	VENTAS PLANIFICADAS	% DE EFICACIA VENTAS
Febrero	1	2	22	2	9%	24	93.0
	2	5	54	1	2%	60	89.0
Marzo	3	2	24	1	4%	24	99.0
	4	2	19	1	5%	24	79.0
	5	3	34	2	6%	36	95.0
	6	2	25	1	4%	24	105.0
Abril	7	2	15	0	0%	24	70.0
	8	2	21	2	10%	24	89.0
	9	4	43	2	5%	48	90.0
	10	3	34	2	6%	36	93.0
Mayo	11	3	35	0	0%	36	97.0
	12	2	20	0	0%	24	84.0
	13	2	20	0	0%	24	81.0
	14	3	31	3	10%	36	86.1
Junio	15	5	50	1	2%	60	81.7
	16	6	71	3	4%	72	99.0
TOTAL		48	518	21	4%	576	89.4

Data de devolución periodo 2018

DESC_PRODUCTO_ENTRA	OBSERVACION	Suma de CANTIDAD
APRENDIENDO EL LIDERAZGO	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	4
	NO PROCEDE	4
	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	2
	PROCEDE DEVOLUCION	14
APRENDIZAJE	NO PROCEDE	4
	PROCEDE DEVOLUCION	6
EDUCANDO A NIÑOS PARA HOBRES DE BIEN	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	8
	NO PROCEDE	3
	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROCEDE DEVOLUCION	2
ESCUCHANDO A NUESTROS HIJOS	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	3
	NO PROCEDE	1
	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	4
	PROCEDE DEVOLUCION	11
FAMILIA ACTIVA	NO PROCEDE	5
	NO PROCEDE, PRODUCTO MALTRATADO	1
	PROCEDE DEVOLUCION	17
MEJOR LECTOR	PROCEDE DEVOLUCION	13
SOBRE PROTECCIÓN	HACER EL COBRO DE PENALIDAD	2
	PROCEDE DEVOLUCION	15
Total general		120

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 01-02-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Oscar Francisco Alvarado Rodriguez, docente de la Facultad de Ingeniería y carrera Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad César Vallejo campus Lima Este, revisor (a) de la tesis titulada:

"Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.", de la estudiante Cabrera Rodriguez, Marina Josefina, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% 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.


San Juan de Lurigancho, 23 de octubre del 2019



.....
 Mg. Oscar Francisco Alvarado Rodriguez
 DNI:07649794

			
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC

Resumen de coincidencias



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERA INDUSTRIAL

AUTOR:
Cabrera Rodríguez, Marina Josefina

ASESOR:
Mg. Alvarado Rodríguez, Oscar Francisco

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión Empresarial y Productiva

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)


Coincidencias

1	Entregado a Universida...	13 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	8 %
3	docplayer.es	1 %
4	cybertesis.unmsm.edu...	1 %
5	tesis.luz.edu.ve	<1 %
6	biblioteca.osiptel.gob.pe	<1 %

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 01-02-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Marina Josefina Cabrera Rodriguez, identificado con DNI N° 42661096, egresado(a) de la Carrera Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad César Vallejo, Autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L."; 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:



 Marina Josefina Cabrera Rodriguez
 DNI : 42661096
 Fecha : 11/02/2020

					
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN	VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Mg. Romel Dario Bazán Robles

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Marina Josefina Cabrera Rodriguez

INFORME TÍTULADO:

“Implementación de mejora continua para mejorar la eficacia en las ventas, empresa Familia Activa S.R.L.”


PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Ingeniera Industrial

SUSTENTADO EN FECHA : 06/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 16 (dieciséis)




Mg. Romel Dario Bazán Robles