



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Implementación de la gestión de procesos en el área de
operaciones para mejorar la satisfacción del cliente, empresa
SCC, Lima 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTORES:

Noa Chelín, Luis Fermín (ORCID: 0000-0001-6857-0956)

Sifuentes Zúñiga, Juan Diego (ORCID: 0000-0002-7933-4235)

ASESOR

Mg. Farfán Martínez, Roberto (ORCID: 0000-0002-7022-4312)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión empresarial y productiva

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedicamos a nuestros familiares quienes en todo momento valoran nuestro esfuerzo para concretar la investigación.

AGRADECIMIENTO

Es loable la labor docente que aportó durante nuestros estudios, con recomendaciones y sugerencias que fue importante en nuestra formación profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
II.MARCO TEÓRICO	14
III. MÉTODO	24
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	24
3.2. Variables, operacionalización	25
3.3. Población, muestra y muestreo.....	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.5. Procedimientos	28
3.6. Métodos de análisis de datos.....	58
3.7 Aspectos éticos	58
IV. RESULTADOS	59
V. DISCUSIÓN.....	69
VI. CONCLUSIONES	71
VII. RECOMENDACIONES.....	72
VIII. REFERENCIAS	73
ANEXOS.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Instrumentos de recolección de datos	27
Tabla 2. Validez de instrumentos por juicio de expertos en la Escuela de Ingeniería Industrial 2019.....	27
Tabla 3. Datos de la satisfacción del cliente pre test.....	30
Tabla 4. Datos de la dimensión rendimiento del servicio pre test.....	31
Tabla 5. Nivel de calidad pre test	32
Tabla 6. Cronograma de actividades.....	33
Tabla 7. Tiempo de procesamiento del servicio al cliente	39
Tabla 8. Cumplimiento de indicadores	41
Tabla 9. Análisis de procesos.....	48
Tabla 10. Seguimiento de la calidad	51
Tabla 11. Resultado de indicadores de niveles de servicio	52
Tabla 12. Resultado de indicadores de tiempo medio operacional	52
Tabla 13. Datos de la satisfacción del cliente pos test	55
Tabla 14. Datos de la dimensión rendimiento del servicio pos test	56
Tabla 15. Datos de la dimensión calidad del servicio pos test	57
Tabla 16. Descriptiva de la satisfacción del cliente	59
Tabla 17. Descriptivo de la dimensión rendimiento del servicio pre y pos test.....	60
Tabla 18. Descriptivo de calidad del servicio pre y pos test	62
Tabla 19. Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente	63
Tabla 20. Estadística de datos descriptivos de la variable satisfacción del cliente.....	64
Tabla 21. Prueba T-student de la variable satisfacción del cliente.....	64
Tabla 22. Prueba de normalidad de la dimensión rendimiento del servicio.....	65
Tabla 23. Estadística de datos descriptivos de la dimensión rendimiento del servicio	66
Tabla 24. Prueba T-student de la dimensión rendimiento del servicio	66
Tabla 25. Prueba de normalidad de la dimensión calidad del servicio.....	67
Tabla 26. Estadística de datos descriptivos de la dimensión calidad del servicio	67
Tabla 27. Prueba T-student de la dimensión calidad del servicio.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Procedimiento para la atención de llamadas entrantes.....	29
Figura 2. Grafica de satisfacción del cliente pre test	30
Figura 3. Diagrama de nivel de servicio pre test	31
Figura 4. Diagrama de nivel de calidad.....	32
Figura 5. Niveles de servicio	34
Figura 6. Procesos de atención al cliente	35
Figura 7. Mapa de procesos actual de la empresa SCC.....	36
Figura 8. Proceso actual de atención al cliente	37
Figura 9. Índice de satisfacción del cliente 2019.....	38
Figura 10. Tiempo medio operacional total del proceso	38
Figura 11. Comparativo de tiempo real y proyectado.....	40
Figura 12. Comparativo de tiempo Hold y objetivo	40
Figura 13. Comparativo entre nivel de servicio y objetivo.....	41
Figura 14. Tasa de abandono de llamadas	42
Figura 15. Situación actual.....	42
Figura 16. Formato de atención al cliente	43
Figura 17. Formato de capacitación continua	44
Figura 18. Proceso de capacitación continua	45
Figura 19. Plan de mejora de capacitación continua	46
Figura 20. Mejora de procesos	47
Figura 21. Control de procesos de atención al cliente.....	49
Figura 22. Evaluación de la calidad del asesor	50
Figura 23. Estructura de calidad	51
Figura 24. Ajustes de tiempo medio operacional	53
Figura 25. Tiempo HOLD teniendo en espera o pausa al cliente.....	53
Figura 26. Índice de satisfacción del cliente.....	54
Figura 27. Indicadores del nivel de servicio	54
Figura 28. Grafica del nivel de satisfacción pos test.....	55
Figura 29. Diagrama de nivel de servicio pos test	56

Figura 30. Diagrama de la calidad del servicio pos test.....	57
Figura 31. Diagrama de frecuencia de satisfacción del cliente pre y post	60
Figura 32. Diagrama de frecuencias del rendimiento del servicio pre y pos test...	61
Figura 33. Diagrama de frecuencia de la calidad del servicio pre y pos test.....	62

RESUMEN

El problema de investigación fue ¿En qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará la satisfacción del cliente, en la empresa SCC, Lima 2020?. El objetivo de la investigación fue determinar en qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará la satisfacción del cliente, en la empresa SCC, Lima 2020. El método de investigación es de tipo aplicada y el diseño es cuasi experimental, la población lo conforman el servicio de atención a los clientes efectuado semanalmente siendo el periodo de obtención de la información antes de la mejora de 12 semanas de octubre, noviembre, diciembre de 2019 y luego de la mejora de enero, febrero, marzo del 2020. La muestra se consideró el 100% de la población. El procesamiento de la información se hizo con el software SPSS versión 24.

Se concluye que la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora la satisfacción del cliente, en la empresa SCC, se incrementó la satisfacción del cliente en 6.66%, también el rendimiento del servicio en 4.35% y la calidad del servicio en 8.74%, siendo importante estos logros a la empresa SCC ya que finalmente se logró mejorar la atención a los clientes con un nivel de significancia de 0.000 con la que se aceptó las hipótesis planteadas por los investigadores.

Palabras clave: Gestión de procesos, satisfacción del cliente, rendimiento, calidad.

ABSTRACT

In the research, the research problem was: To what extent will the implementation of process management in the area of operations improve customer satisfaction, SCC company, Lima 2020? The objective of the research was to determine to what extent the implementation of process management in the area of operations will improve customer satisfaction, SCC company, Lima 2020. The research method is applied and whose design is cuasi-experimental in the which population is made up of the customer service carried out weekly, being the period of obtaining the information before the 12-week improvement of October, November, December 2019 and after the improvement of January, February, and March 2020 The sample was considered 100% of the population. The information was processed with SPSS version 24 software.

It concludes with the implementation of process management that in the area of operations improves customer satisfaction, SCC company, such that customer satisfaction increased by 6.66%, as well as service performance by 4.35% and service quality. in 8.74%, these achievements being important to the SCC company since it was finally possible to improve customer service with a significance level of 0.000 with which the hypotheses raised by the researchers were accepted.

Keywords: Process management, customer satisfaction, performance, quality.

I. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo contiene el análisis de la realidad problemática, la definición del problema, justificación, hipótesis y objetivos.

Realidad problemática

A nivel internacional diversas entidades son sujetas a cambios constantes, sin embargo, el cambio de forma de cómo se hacen las cosas resulta difícil, siendo estos llamados procesos. Al respecto Bravo (2015) precisó que la gestión de procesos nos hace meditar si es necesario cambiar la manera como se conduce la gestión de los procesos, respondiendo afirmativamente, siendo necesario para las entidades ser susceptibles de cambios a nivel social y económico, aumento de los competidores formales e informales y ser capaces de innovar, con calidad, efectividad y acción social.

A nivel mundial las empresas que vienen utilizando herramientas que permiten mejorar la gestión de sus procesos organizacionales, según Agudelo (2012), en la actualidad se han desarrollado e instalado de forma permanente diferentes softwares especializados para el control, manejo y mejora de sus procesos, como por ejemplo ARIS, SAP, ORACLE entre otros, que permiten gestionar sus procesos de forma eficiente. En este sentido las mejoras dadas en el contexto mundial, se asocia con el protagonismo de los compradores en decidir su compra de cualquier producto o servicio, conllevando a que las organizaciones mejoren la gestión de sus procesos para estar a la vanguardia y cumplir las exigencias de los clientes.

Los puntos de comunicación en el mundo tienen mucha versatilidad en el comercio internacional que tiene importancia por el nivel de empleabilidad que genera. Se tiene evidencias que estas entidades han logrado una cobertura significativa en el mundo de las comunicaciones y es toda una novedad en los mercados mundiales. Por la versatilidad de estos negocios precisan de jóvenes trabajadores ya que su afán expansivo es prioritario. (Helphone, 2014)

Como se tiene la información en la ilustración 1, el mercado total de los contact center lo lidera Brasil y México en un 69%. La Región andina integrada por Colombia y Perú, están por encima de los que conforman el cono sur, no solo en capacidad empresarial sino también en puestos de trabajo.

Este fenómeno en nuestro país también ha tenido un impacto significativo en tanto que empresas extranjeras avizoran un buen futuro en el mercado peruano por el crecimiento importante del sector de telecomunicaciones. Es así que la proyección de crecimiento en nuestro país se puede observar con las millonarias inversiones que hacen las empresas operadoras en cuanto a telefonía móvil, cuya tendencia está en crecimiento por la alta demanda que hay en el país y muchos sectores apartados de la capital están accediendo a este servicio.

El mercado de Latinoamérica, cuenta con organizaciones que han ido incorporándose a las empresas de clase mundial, prueba de ello es que han sido reconocidos a través de los diferentes premios de la calidad otorgados a estas en países como Brasil que es la que más ha avanzado, contando con un programa nacional de calidad (Isotools excellence, s.f.), seguido de otros países como México, Colombia, Argentina y Chile, estas organizaciones siguiendo la política de innovación y por tanto mejoran la calidad que les permite tener un crecimiento sostenido a nivel empresarial. Si en las entidades de este sector hay un impulso significativo, se precisa hacer evaluaciones objetivas que se relacionen a un mejoramiento permanente, puesto que permitirá tomar precauciones en situaciones adversas de contracción de la demanda siempre proyectándose a realizar acciones en bien de los clientes.

En el contexto nacional el Perú se ubica en el lugar 65 en el ranking Mundial 2017 del IMD Lausana- Suiza, que en ese año midió 63 economías en cuanto a cómo gestionan la totalidad de sus recursos, cabe mencionar que el Perú ha venido cayendo de forma continua desde el 2013, Centrum Católica mencionó que esta constante caída es ocasionada por el decrecimiento de la inversión extranjera, la política fiscal, así como la legislación de los negocios y los factores que contrae la eficiencia de los mismos, como las prácticas gerenciales, actitudes y valores, productividad y eficiencia en cada empresa.

La empresa SCC, inició sus labores el año 2008, al hacer comparativos de activos y capital humano de consorcio Siemens. El año 2013 formamos parte de Entel Call Center, siendo la entidad más sólida del área. A partir del 2018 tenemos 2 sedes en el centro de Lima y superamos 4000 trabajadores brindando servicio a clientes corporativos. La misión de la empresa ofrecer solución dinámica y concreta a nuestros usuarios finales, con fines de obtener un

significativo nivel de conformidad de los clientes. Su misión es ser el mejor Contact Center en cambios, productividad y calidad del servicio para nuestros clientes y usuarios finales. La mayor demanda de llamadas generadas por los clientes respecto a informaciones solicitadas de sus servicios fue incrementándose tanto que en los procesos del servicio se presentan problemas de incumplimiento en los indicadores de satisfacción al cliente, tiempo y una capacitación deficiente. Para fines de identificar los motivos que causan inconvenientes en la satisfacción de clientes se elaboró el diagrama de Ishikawa (Anexo 4), posteriormente se hizo el análisis de causas principales (Anexo 5).

Respecto a la formulación de problema, se planteó como problema General: ¿En qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020?

Los Problemas Específicos son:

PE 1: ¿En qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará el rendimiento del servicio al cliente, empresa SCC, Lima 2020?

PE 2: ¿En qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará la calidad del servicio al cliente, empresa Call Center del Perú S.A.C. 2020?.

En referencia a la justificación del estudio, Arbaiza (2014) manifestó que “un estudio debe lograr un impacto social favoreciendo a la ciencia y personas”. En tal sentido respecto a la justificación teórica Valderrama (2015), manifestó que “el investigador profundiza estudios teóricos respecto al tema” (p. 1419 y Méndez (2011), mencionó que “mediante el estudio se genera debate que favorece al tema en estudio”. En tal sentido el estudio se justifica teóricamente en vista que se logra profundizar el estudio mediante fuentes existentes y los criterios utilizados finalmente garantizan el logro de objetivos ya que se hace uso de diversas fuentes que fortalecen la investigación.

También sobre la justificación práctica Valderrama (2015), precisó que “el investigador busca la mejora según planteamientos válidos”. Por su parte Méndez (2011), consideró que “se apunta a la mejora empresarial” (p. 141). Por ello la investigación tiene justificación práctica ya que favoreció en lograr dar resolución a los problemas que permite alcanzar la satisfacción de los clientes.

En referencia a la justificación metodológica Valderrama (2015), preciso que, para logro de alcanzar los objetivos de estudio, se formulará los instrumentos para hacer mediciones de la variable independiente y ver su impacto en la variable dependiente” (p. 141). En tal sentido tiene justificación metodológica ya que mediante la manipulación de la variable independiente se verá el efecto que permitirá la mejora en la empresa mediante el procedimiento metodológico empleado para lograr los resultados esperados.

Respecto a la justificación económica Alfaro, Gonzales y Piña (2013), precisaron que “el aspecto económico es primordial en el mercado”. Por ello el estudio tiene justifica económicamente ya que mediante la gestión de procesos se logrará reducir los costos operativos en la empresa, considerando para ello el mapa de procesos que direcciona las labores de la empresa.

En relación con los objetivos, se planteó como objetivo general: Determinar en qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020.

Se consideró como objetivos específicos:

OE 1: Determinar en qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente el rendimiento del servicio al cliente, empresa SCC, Lima 2020.

OE 2: Determinar en qué medida la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente la calidad del servicio al cliente, empresa Call Center del Perú S.A.C. 2020

En referencia a las hipótesis, se consideró como hipótesis general:

La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020.

Las hipótesis específicas que se consideró son:

HE 1: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente el rendimiento del servicio al cliente, empresa SCC, Lima 2020.

HE 2: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorará significativamente la calidad del servicio al cliente, empresa Call Center del Perú S.A.C. 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Respecto a los trabajos previos revisados a internacionalmente tenemos los de: Hernández (2015), consideró como objetivo el estudio en base en una investigación documental y de campo, aplicando un cuestionario a 327 clientes. Concluyendo se alcanzó el 94% de los encuestados quienes demostraron satisfacción en referencia al servicio, trato amable y acción profesional, tal que los clientes de call center, objeto de investigación están satisfechos con la atención brindado. En tanto se concluye que se logró la satisfacción dado que el call center hace un exhaustivo control de requerimientos y la información solicitada, con fluidez y eficacia.

Rosales (2018), precisó que el objetivo era determinar las dimensiones de calidad que necesita mejorar y, por lo tanto, poder aplicar las medidas correctivas necesarias para mejorar el servicio al cliente tanto interno como externo. El diseño fue cuasi-experimental, sin criterio de control, realizado en tiempos definidos, la forma de responder en lo referente a "colaboradores rápidos", asociado con clientes internos fue 65,52% demostrando satisfacción en sus labores, por lo que se aplicó con fines de mejorar un manual de funciones y servicio al cliente y a través de acciones estadísticas se identificó un impacto importante en la calidad. Se concluye siendo preciso evaluar con frecuencia e implementar estrategias. Por lo tanto, la tesis aporta por contar con el manual de funcionalidad y buena atención al usuario, particularmente en procesos de inducción.

Puma (2017), definió como objetivo el diseño de planteamiento de mejorar la calidad del servicio en la atención de clientes, se utilizó la metodología de cinco fases, en las que se organiza, se comprime, se mejora la eficiencia, se mide y se controla los procesos de la empresa, se planteó un enfoque teórico, optimizar la percepción de los usuarios utilizando la aplicación de nuevas políticas permitiendo gestionar de manera eficaz la técnica telefónica, cumpliendo el buen trato al cliente involucrando las demás áreas para una atención y solución rápida. Se concluye al representar cuatro flujogramas contribuye los procesos del Call Center, ayudando a ser más visibles estos procesos para alcanzar con eficacia este tipo de servicio.

Lucio y Sayenka (2018), definieron su objetivo que fue efectuar la propuesta mejorar procesos en Contact Center ya que el área cuenta con procesos deficientes que impactan en satisfacer al cliente. Se utilizó el método Kaizen y observación cuantitativa en la obtención de los datos numéricos. En conclusión, el resultado de mejorar el proceso permite un ahorro de \$363.60 y \$727.20 aproximado al reducir tiempo/desperdicio por colaborador, también se logró añadir la capacitación minimiza el indicador de atenciones del 28% al 18% en primera instancia y reduce la acción de atender, contribuyendo en las mejoras de los procesos de la atención.

Ferruzola y Beltrán (2017), definieron su objetivo que es la mejora de procesos realizados de forma manual. La tesis es descriptiva. En conclusión al hacer uso de la aplicación de escritorio se mejora la gestión de los agentes, se obtiene según datos de clientes gestionados con el historial de cada gestión, se garantiza el la continuidad y se controla la gestión de los posibles clientes, así mismo se puede planificar mejor las visitas para el cierre de las ventas, con estos principales objetivos se minimiza la perdida de información que bajo el resultado del estudio realizado fue el 80% que corresponde a problemas del proceso. Por lo tanto, la tesis aporta en mejorar la gestión en seguimiento y control del agente al uso de la aplicación.

En el ámbito nacional se consideraron los siguientes estudios:

Rojas y Ortiz (2016), definieron su objetivo que fue el diseño de un modelo de proceso buscando un buen Servicio de Atención al Cliente en las empresas asociada al Servicios de Telecomunicaciones. Es un estudio aplicado explicativo. Se concluye resaltando que, al finalizar las simulaciones, se realizó la captación de muestras y luego de analizar estadísticamente los resultados, comprobando la mejora de eficacia del proceso y satisfacer al cliente, a nivel de promediar el 56.66%. Por lo tanto, la tesis contribuye aplicando los procesos de mejora hacia los clientes.

Torres (2015), definió su objetivo que es medir procesos que conforman obteniendo la eficiencia de labores y causales de demora que implique incumplir con el usuario. El estudio es descriptivo y se resalta lo importante de la gestión en el punto de atención de llamadas. Por lo que fue vital el uso metodológico de

Toyota Business Practice y dar a conocer los beneficios que genera, sea productivo como financiero, teniendo como logro la reducción en 6% de llamadas constantes con un índice de satisfacción dentro del margen.

Orozco (2015), definió su objetivo basado en precisar los causales de deficiencia del proceso de atención al cliente final de Call center técnico de Atento Perú, entidad que provee el servicio a una entidad de telecomunicaciones. Se hizo uso del método Deming y herramientas Lean, los logros obtenidos, luego de implementar, son: lograr menos tiempo medio de operación a 396 segundos, periodo de espera a 12 segundos y comunicaciones abandonadas al 7.7%. Con los resultados se llegaron a alcanzar los objetivos de cada indicador permitiendo la reducción de penalidad.

Caballero (2018), definió su objetivo que es la buena aplicación de los procesos que impacta favorablemente en la calidad del servicio al cliente, El método fue hipotético deductivo, aplicado, correlacional descriptivo y transversal. En conclusión, la gestión por procesos se asocia favorablemente con calidad del servicio al cliente, logrando un valor de 0.872 con el estadígrafo Spearman, comprobando relación moderada, al aplicar procesos operativos eficientemente en la entidad, puesto que se dará cumplimiento con la necesidad del cliente. La tesis contribuye logrando con la gestión de procesos la satisfacción por ofrecer una buena calidad de servicio.

Camargo y Nikolas (2017), definieron su objetivo asociado a transformar el proceso, puesto que da soporte y los usuarios logran el incremento de 0.003 en la productividad en los diversos proyectos frecuentemente, del mismo modo se puso en funcionamiento el software especializado en administrar proyectos reduciendo tiempos en atender proyectos de informática en promedio de 6 días. Se aplicó el diseño cuasiexperimental y transaccional o transversal. Se concluye resaltando que el estudio da beneficio a la Dirección de Tecnología de la Información (TI) en entidades de Telecomunicaciones, y otras que busquen incorporar la gestión por procesos siendo de utilidad para una transformación efectiva de la entidad.

Asencios y Huamán (2018), definieron su objetivo basado en la implementación de la Gestión por Procesos en la mejora de atender a clientes y se logre una

buena toma de decisión que busque la plena satisfacción de los usuarios. El método de los procesos que esta direccionado al logro de resultados permitió: identificar procesos, medir deserciones de clientes por esperas, medición de satisfacción de clientes. Se concluye resaltando el logro de precisar los procesos claves según el nivel de atención por tiempo de espera disminuyendo en 50% y la satisfacción aumento en 36%; con estos logros en el servicio de emergencia se pudo lograr una mejor satisfacción de cliente con frecuencia, buena gestión de recursos y eficacia del sector.

En referencia a las teorías relacionadas al tema, respeto a la Gestión de procesos, se mencionó las siguientes definiciones:

Según Bravo (2015), consideró que “la gestión de procesos permite apoyar a la dirección de una entidad a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer productivo cada proceso en una empresa” (p. 31).

Se define que en el ciclo de la gestión de procesos se inicia por la identificación de los procesos, representación de procesos, el control de procesos y mejora de los procesos, ello ayudará a la organización a enfocar sus procesos conforme a sus objetivos trazados, siendo así más productivos y competitivos.

Según Agudelo (2012), indicó que “un sistema de gestión asociada a la mejora permanente en la entidad, precisa de la identificación, selección y mejora de los procesos, considerando su direccionamiento a los objetivos estratégicos definidos”. (p.13).

Se busca que una gestión encaminada a mejorar sus procesos, siempre enfocado a sus objetivos estratégicos de la entidad, en esta investigación la gestión de procesos estará enfocado a brindar un servicio idóneo a los sistemas

Según Pérez (2013), definió que “los procesos se gestionan incorporando en el proceso las actividades de análisis, medición y mejora” (p. 142).

Dar un buen uso adecuado en la gestión de procesos se debe de realizar un análisis a los procesos con el fin de identificar las irregularidades, el cual se debe de realizar a través de una medición de los resultados actuales para posteriormente tomar las acciones respectivas con el fin de mejorar los resultados.

Berna (2015) consideró que “al hacer el diseño de un proceso es preciso un equilibrio, respecto a la satisfacción del cliente y rentabilidad de la entidad” (p. 31). Incluye en los procesos que la eficacia y eficiencia dirija la entidad en estudio.

Rodríguez (2014) definió que “en el contexto operacional se da como solución con fines de maximizar la obtención de valor en la ejecución de operaciones de la entidad, a mediante gestión efectiva y optimizando permanentemente los procesos” (p.3).

Para ello, se da importancia a los impulsores claves de la eficiencia institucional, aumentando la capacidad de respuesta a variaciones en el contexto, a partir de la gestión integral de las negociaciones con clientes y proveedores, disminuyendo tiempos y mejorando costos asociados al buen servicio al cliente.

Fuentes, Torres y Peña (2014) mencionaron que “la gestión de procesos permite que la dirección empresarial identifique, represente, diseñe, formalice, controle, mejore y sea más productivo cada proceso de la entidad para alcanzar la fidelidad del cliente” (p.5).

Se busca mejores resultados en la empresa mediante uso adecuado de indicadores.

Sobre las dimensiones de la gestión de procesos tenemos:

Dimensión 1: Representar procesos

Según Bravo (2015), indicó que “el objetivo es representar procesos a través de organizadores visuales como flujograma, lista de tareas, que es el inicio de la gestión de procesos capitalizando el conocimiento institucional” (p. 143).

Representación de procesos, consiste en realizar los mapas de proceso, flujogramas y detallar una lista de tareas o actividades de cada proceso, el cual para este estudio será necesario cumplir con el servicio de atención de que brinda la organización.

$$\text{Procesos operativos} = \frac{\text{Procesos cumplidos}}{\text{Procesos programados}} \times 100$$

Según Aldana de Vega (2010) consideró que “los flujogramas se dan uso con fines de describir los procesos, de esta manera se podrá conocer de manera genérica a los participantes, áreas y aspectos asociados a los procesos” (p. 197).

Este aspecto está relacionado en los procesos se pueden representar gráficamente por un flujograma, el cual indicará los pasos de un proceso, así mismo, permite identificar a las personas o áreas involucradas en el desarrollo del producto o servicio a realizar.

Dimensión 2: Controlar procesos

Según Bravo (2015), definió que “el objetivo es asegurar un buen servicio del proceso y que este dentro de los estándares de cumplimiento” (p. 299).

Por lo expuesto el autor opina que el control de procesos es asegurar que se cumplan, por ello se debe de efectuar una correcta inspección de los procesos, para este estudio de investigación será necesario aplicar con el fin de brindar y mantener un buen servicio a los usuarios, herramientas de actividades de cada organización.

Según Aldana de Vega (2010), indicó que “la disconformidad se localiza a través del control de procesos, analizando resultados mediante los indicadores, auditorías internas, y revisando quejas y reclamos (p. 162).

$$\text{Inspecciones} = \frac{\text{Inspecciones cumplidas}}{\text{Inspecciones programadas}} \times 100$$

Se busca el control de los procesos podremos identificar o detectar las deficiencias o desviaciones de los procesos durante su ejecución, con el fin de aplicar medidas o acciones necesarias para corregirlas.

Según Sosa (2013), definió que “controlar el proceso es asegurar su objetivo y hacerlo bien a la primera vez, sin errores, sin defectos, es decir, con cero defectos.” (p. 33).

Controlar consiste en asegurarse que las actividades de un proceso se cumplan tal cual como fue planeado, así mismo, el control evita que se puedan generar errores o reprocesos, en esta investigación se requiere mantener la inspección y/o

control de los procesos de la organización a fin evitar errores durante su ejecución.

Según Alcalde (2010), precisó que “La misión del control fue detectar fallos, corregir y evitar que vuelva a ocurrir; pues se trata de hacer los reajustes a procesos inestables, estabilizándolos.” (p. 61).

El objetivo principal del control es detectar las fallas que se presenten durante la ejecución de los procesos, para este caso las fallas que se presenten en el servicio según la organización con el fin de aplicar las medidas preventivas necesarias para que no vuelvan a ocurrir.

Dimensión 3: Mejorar procesos

Según Bravo (2015), definió que “la mejora de procesos tiene que ver con cambios acotados superando brechas pequeñas en la variable crítica realizada en la evaluación del proceso” (p. 227).

El autor menciona que la mejora de procesos son las acciones que se toman para superar cualquier irregularidad durante la ejecución del proceso a fin de mejorar los resultados.

Según Aldana de Vega (2010), indicó que “la acción correctiva se hace con fines de liquidar las causas de disconformidad encontrada u otra situación que tenga la misma connotación. La prevención está orientada a quitar causas de disconformidad o situaciones no deseadas” (p. 162).

$$\text{Acciones correctivas} = \frac{\text{Acciones correctivas efectuadas}}{\text{Total, acciones correctivas}} \times 100$$

El autor precisó que las acciones preventivas están orientadas a eliminar las inconformidades que se puedan presentar luego de haber realizado un proceso, para ello en esta investigación se deberá de implementar una serie de acciones preventivas a fin de lograr mejores procesos.

Según Cruelles (2013), indicó que “quitar las operaciones que no añadan valor al producto.” (p. 118).

Respecto a lo mencionado mejorar procesos consiste en suprimir operaciones u labores no productivos en el servicio.

En referencia a la variable dependiente Satisfacción del cliente, se consideró las siguientes definiciones:

Maldonado (2015), consideró que:

Labor eficientemente con los clientes es preciso que se ponga en práctica. Si bien hay personas que son muy capaces laborando con clientes otros pueden ser buenos comunicadores con los clientes de tal manera que complementen el servicio con la finalidad de atender sus necesidades. El éxito está en identificar las necesidades de los clientes, tenerlos conformes y brindarles buen trato. (p. 120)

Gonzales, Carmona y Rivas (2007), consideraron que:

Las empresas, deben direccionar sus labores al cliente, haciendo que el producto o servicio se alinee a lo deseado por el cliente, en la búsqueda de la satisfacción y, alcanzar a fidelizarlos. Por ello es valioso saber cuáles son los requerimientos y evaluar el cumplimiento de los mismos, de tal manera que se logren objetivos que tengan que ver con la satisfacción de los clientes. (p.1)

También Maldonado (2015), mencionó que “la satisfacción es un aspecto emocional subjetivo, es la valoración posterior a la adquisición y de corte comparado de la experiencia lograda respecto a la situación inicial. (p.130)

Para definir el servicio al cliente, Escrivá, (2014) sostuvo:

Es el proceso integral asociado al pedido de un cliente. Tiene que ver con la recepción de lo solicitado, la administración del pago y preparar el pedido, recoger el producto, el embalaje y etiquetado. Es considerado también la preparación de la documentación de todo el proceso de atención incluyendo la posible devolución de estos, asociado a la logística inversa (p. 6).

Maisa (2001), mencionó “la satisfacción del cliente se asocia a la calidad integral. Fijando expectativas, pautas, y exigencias del rendimiento, el cliente toma protagonismo” (p. 9)

Kotler (2013), definió que:

La satisfacción del cliente tiene que ver con lo que se percibo del producto adquirido asociado a lo que el cliente busca de dicho producto, si este fuera inferior a lo deseado no habrá satisfacción, en cambio sí es igual a lo que

busca entonces estará satisfecho. Si se logra superar las expectativas, tendremos una muy buena satisfacción. (p. 14)

Grande (2011), “precisa que la satisfacción de un cliente se asocia a su percepción del beneficio logrado, con las expectativas que pretende lograr”.

Por lo expuesto del autor, satisfacer al cliente depende de la expectativas y percepción de cómo se percibe la calidad de un producto o servicio.

Tavira y Estrada (2015), precisaron que “La satisfacción del cliente no se asocia directamente al costo, sino es la valoración que da el cliente del bien o servicio. (p. 322).

La satisfacción del cliente tiene que ver con costos y estudio del mercado, aunque deslinda de la rentabilidad.

Sobre la medición de la satisfacción del cliente tenemos a Gonzales, Carmona y Rivas (2007), quienes mencionaron 2 formas:

- a) Medición directa: Con la que se logra la percepción del cliente sobre la entidad.
- b) Medición indirecta: Se socia al cumplimiento de requisitos, sin intervención del mismo cliente, mediante información de la misma empresa. (p.13)

De la satisfacción del cliente externo, Maldonado (2015), manifestó que es “el adecuado servicio al cliente externo mediante buen trato, entregas inmediatas y oportunas, y la comprensión del personal ante inquietudes de los clientes o los reclamos que se presenten” (p. 121).

También Maldonado (2015), mencionó que la satisfacción al cliente trae beneficios los cuales son:

- 1) El cliente satisfecho, continúa comprando. Por ello, la empresa debe poner de manifiesto su lealtad, teniendo opción de venderles más productos.
- 2) El cliente satisfecho da a conocer sus experiencias buenas sobre el producto o servicio. Esto es valioso a la entidad ya que logra tener una

difusión positiva que difunden en diversos medios de su entorno familiar y conocidos.

- 3) El cliente satisfecho deja a la competencia. Esto mejora en la empresa su participación en el contexto del mercado. (p. 122)

Sobre los Pilares del servicio, Maldonado (2015), consideró cuatro pilares:

- Hacer las cosas bien desde el principio: Esto en referencia a brindar un buen servicio.
- Cumplir a tiempo lo que prometimos: Es para ganar la confianza de los clientes.
- Amabilidad y calidez en nuestras interacciones: Es preciso el buen trato para que el cliente se sienta bien con el servicio brindado.
- Resolver problemas de manera rápida y empática: Tiene que ver con atender oportunamente situaciones de reclamos respecto al servicio (p. 124).

Las dimensiones de la satisfacción del cliente son las siguientes:

Dimensión 1: Rendimiento del servicio

Maldonado (2015), mencionó que “es la valoración efectuada por el cliente de los diferentes aspectos del servicio en el modo de recibirlo es lo que determina el rendimiento”. (p. 130)

$$\text{Nivel de servicio} = \frac{\text{Llamadas atendidas} < 20}{\text{Llamadas recibidas}} \times 100$$

Dimensión 2: Calidad del servicio

Maldonado (2015), consideró que “Es lo que espera recibir el cliente en el momento de la interacción con el empleado a través del servicio con el objetivo de satisfacer su necesidad”. (p. 130)

$$\text{Nivel de calidad} = \frac{\text{Calidad objetivo}}{\text{Calidad real}} \times 100$$

III. MÉTODO

3.1. Tipo y diseño de Investigación

Arbaiza (2014), consideró que “el diseño direcciona la investigación, mediante la información precisa y obteniendo evidencias; se planifican estrategias que conduzcan al logro de datos para la investigación”. (p. 123)

Por su finalidad, Valderrama (2015) mencionó que “Es aplicada ya que se puede resolver problemas de forma sencilla según los logros en la investigación” (p. 49). Al respecto el estudio es aplicado, porque se emplea métodos y herramientas estudiadas respecto a gestión de procesos para solucionar la insatisfacción de los clientes.

Por su nivel, también Valderrama (2015), consideró que “es explicativa porque va más allá que los vínculos entre ellos, su efecto se focaliza en conocer el motivo por los que se da un fenómeno determinado” (p. 49). En tal sentido se buscó en el estudio avanzar más en la parte conceptual, centrando la atención en los causales que generan el problema de tal manera que se identifique las causa que lo ocasionan.

Por su enfoque, Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionó que es cuantitativo porque “se utiliza con fines de comprobar las hipótesis planteadas con base a medidas cuantitativas” (p.131). Por lo expuesto se considera la investigación cuantitativa, ya que la información proveniente de la atención al cliente se presenta mediante variables que son medibles y demostrables a través de los indicadores asignados en el presente estudio.

Por su diseño, Hernández et al. (2014) indicaron que es experimental porque se da la “la manipulación de manera intencional, de variables independientes para evaluar el impacto en una o más variables dependientes” (p. 130). Al respecto en este diseño se manipula la variable independiente gestión de procesos para analizar y comparar los resultados que se obtendrán en la variable dependiente satisfacción del cliente y ver el efecto que causa en la misma para su respectivo análisis.

Respecto a los diseños cuasi experimentales, Hernández, et al. (2014), consideraron que “se manipula por lo menos una variable independiente con el fin de observar sus efectos sobre variables dependientes. En esos diseños no

hay elección aleatoria” (p.139).

Para Arbaiza (2014), consideró que “en los diseños cuasi experimentales se determinan con medición antes y después” (p. 140).

La presente investigación emplea el diseño tipo cuasi experimental, debido a que se va a manipular la variable independiente para observar el efecto que tiene sobre la variable dependiente y realizar la medición del pre - prueba y pos - prueba de la investigación.

3.1.6. Por su alcance

Al respecto Hernández *et al.* (2014), consideró que “los diseños longitudinales, permitirán la recolección de datos en periodos o momentos diferentes de manera repetitiva” (p. 159).

La presente se considera longitudinal ya que se agrupan datos e información de una población en un tiempo determinado con fines de análisis de los cambios dados.

3.2. Variables, operacionalización

3.2.1 Variables

Variable independiente: Gestión de procesos

Según Bravo (2015), definió que “la gestión de procesos ayuda a la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y lograr que los procesos sean más productivos” (p. 31).

Las dimensiones son: Representar procesos, controlar procesos y mejorar procesos

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Maldonado (2015), mencionó que “la satisfacción se valora emocionalmente y siendo subjetivo, se da opinión después de la compra y es un proceso comparado de la experiencia subjetiva según la referencia inicial”. (p.130)

Las dimensiones son: Rendimiento del servicio y calidad del servicio.

3.2.2 Operacionalización de variables

Se considera la matriz de operacionalización de variables donde se define las dimensiones e indicadores relevantes para obtener información (Anexo 3).

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Valderrama (2015), consideró que “está conformado por seres o cosas con características comunes y que puede ser observables” (p. 182).

La población está conformada por el servicio de los 130 asesores de atención a los clientes efectuado semanalmente siendo el periodo de obtención de la información antes de la mejora de 12 semanas de septiembre, octubre, noviembre de 2019 y luego de la mejora de enero, febrero, marzo del 2020, logrando obtener mediciones de la satisfacción del cliente expresados porcentualmente en un total de 12 semanas.

3.3.2 Muestra

Valderrama (2015, p. 184), definió como “una parte representativa de la población. Se refleja las características de la población aplicando la técnica idónea de muestreo.”

En el estudio se considera el tamaño de la muestra igual al tamaño de la población.

3.3.3 Muestreo

Dado que el tamaño de la muestra es igual al tamaño de la población, no se utilizará ningún tipo de muestreo.

3.3.4 Unidad de análisis

Constituye el área de operaciones

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Según Bernal (2010), “En investigación hay técnicas para obtener información, según el método y la investigación a efectuar, se utilizan diversas técnicas” (p. 192). Según Hernández et al. (2014), “La obtención de datos cuantitativos se hace según el instrumento de medición, cuyos requisitos son confiabilidad, validez y objetividad” (p. 190).

En la presente investigación se utilizó la técnica de la observación en los procesos buscando la mejora de atención a clientes asegurando su satisfacción plena.

Tabla 1. Instrumentos de recolección de datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Ficha de observación

3.4.2 Instrumento

Según Hernández *et al.* (2014), “Un instrumento de medición adecuado es aquel que precisa de información observable que se asocian a las variables que el investigador desea evaluar” (p. 199).

Valderrama (2015) afirmó que, “los instrumentos representan medios materiales empleados por el investigador para obtener información” (p.195).

En el estudio los instrumentos considerados son las fichas de observación con las que se recolectan la información de los indicadores de las dimensiones de variables.

3.4.3 Validez

Según Valderrama. (2015), la validez de criterio “sirve de medida que evidencia está asociada a algún criterio. Este criterio con el que se hace comparación tiene un valor propio para medir el rasgo o característica” (p. 214).

La validez de contenido de los instrumentos se da por juicio de tres ingenieros industriales expertos, especialistas en el tema de investigación quienes darán su aporte y recomendaciones pertinentes.

Tabla 2. Validez de instrumentos por juicio de expertos en la Escuela de Ingeniería Industrial 2019

Experto	Resultado
Mg. Bazán Robles, Romel Darío	Aplicable
Ing. Solís Tipián, Martín	Aplicable
Mg. Acosta Linares, Aldo	Aplicable

3.4.4 Confiabilidad

Según Hernández *et al.* (2014), “La confiabilidad de un instrumento y su medición se asocia al grado que al realizar mediciones repetidas a un mismo objeto genera valoraciones iguales” (p.2000).

La confiabilidad estará determinada por recolección de datos que se empleara en el estudio con opciones numéricas ya que provienen de los estudios realizados.

3.5. Procedimientos

En la empresa SCC las actividades fundamentales del área de operaciones están asociadas a la atención al usuario final mediante llamadas efectuadas dentro del Call Center de la empresa. Por ello se enfoca en la atención del servicio, tal que están en los procesos generadores de valor y al eliminar en los procesos en el área se cumple con las expectativas del cliente.

Inicialmente, se realizó un diagnóstico de la situación inicial en relación con la atención al cliente y a los resultados que estábamos obteniendo, los cuales se muestran en el anexo 12.

De este modo, se consideraron recolección de información de la evolución de la variable independiente de los periodos septiembre, octubre y noviembre del 2019, ver anexo 15 y los periodos enero, febrero y marzo del 2020, ver anexo 16 para determinar las mejoras logradas en cuanto a los procesos del área de operaciones.

Ante tal situación se consideraron un conjunto de enfoques y metodologías para afrontar de la manera óptima posible la resolución de la situación existente, encontrando que la gestión por procesos es la herramienta de La ingeniería industrial más adecuada, ver anexo 20.

Una vez definida la gestión por procesos, como la herramienta a utilizar, se procedió a realizar un análisis documental sobre las distintas teorías y enfoques de esta herramienta y, luego de haber definido las dimensiones de esta variable, representación de procesos, controlar procesos y mejorar procesos. Se procedió a su desarrollo.

En primer lugar, hicimos la identificación de todos los procesos que ocurren en el área de operaciones y que están directamente relacionados con la atención al cliente, ver figura 1.

Seguidamente se representaron dichos procesos, ver figura 6.

Con respecto de la dimensión controlar procesos, se procedió a establecer medidas de control, las cuales se observan en la figura 21.

Y finalmente se hicieron mejoras de los procesos, para lo cual se hizo un análisis de estos y se muestran dichas mejoras, ver figura 20.

Para ello mediante el flujograma siguiente se detalla las actividades que se realizan desde el inicio de la llamada donde están los agentes de atención, quienes inician con la atención al cliente y le facilitan la información que requieren y se registra en el aplicativo para luego finalizar la llamada quedando registrada en la base de datos. En la etapa de análisis de calidad se hace la evaluación de la calidad del servicio. En verificadores se verifica los contratos hablados rechazados. Finalmente, los coordinadores y supervisores envían el reporte al cliente y se hacen los reportes del sistema.

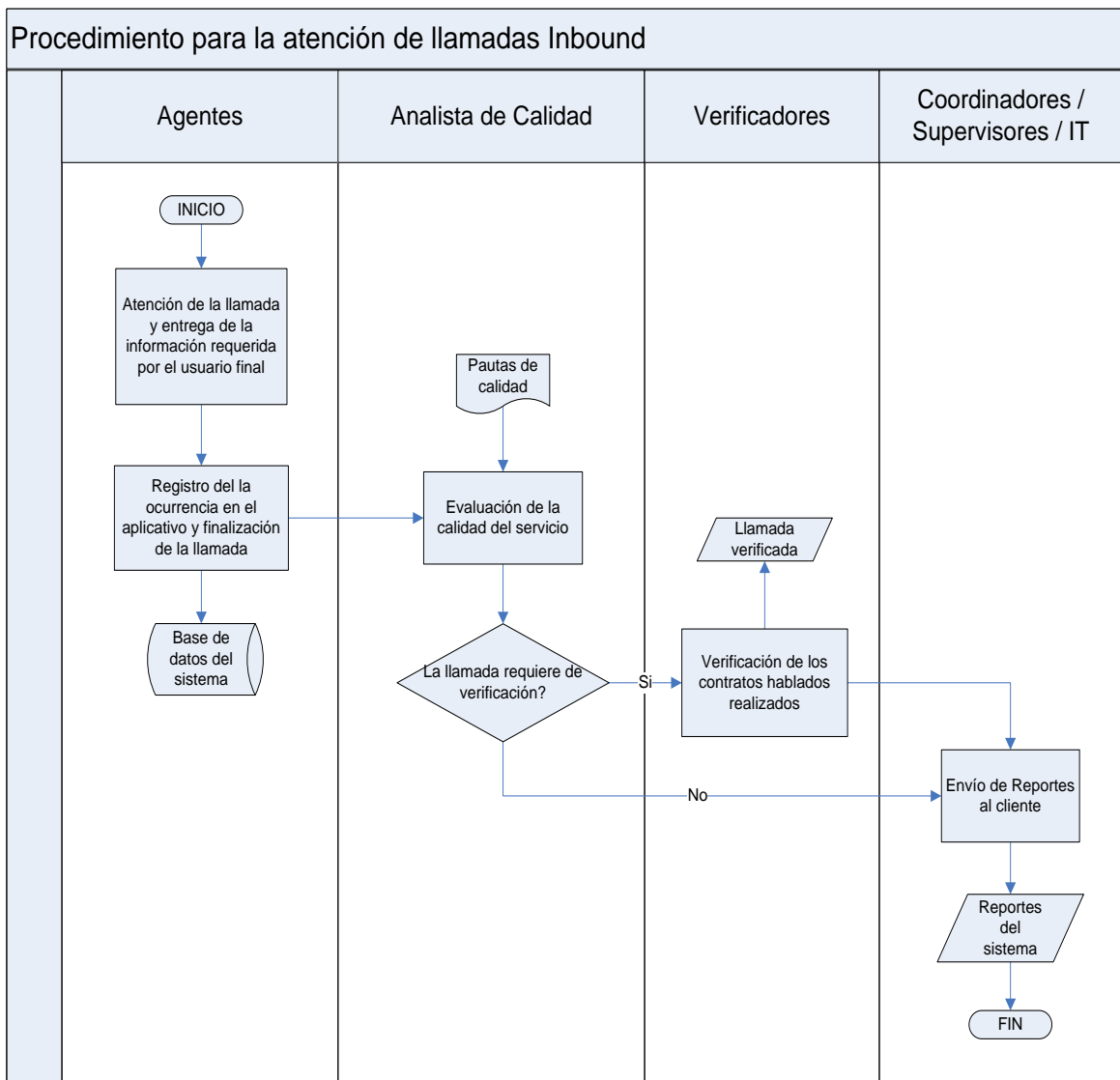


Figura 1. Procedimiento para la atención de llamadas entrantes

En el flujograma se tiene los procedimientos definidos que corresponden a la atención de llamadas que realiza el personal de la empresa SCC.

3.5.1 Recolección de información Pre test

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Tabla 3. Datos de la satisfacción del cliente pre test

Meses del 2019	Periodo	Cliente satisfecho	Total de encuestas	Cliente satisfecho / Total de encuestas	% promedio
SEPTIEMBRE	semana 1	164	232	70.69%	69.31%
	semana 2	164	227	72.25%	
	semana 3	169	233	72.53%	
	semana 4	206	291	70.79%	
OCTUBRE	semana 1	152	222	68.47%	
	semana 2	155	223	69.51%	
	semana 3	129	212	60.85%	
	semana 4	201	313	64.22%	
NOVIEMBRE	semana 1	173	255	67.84%	
	semana 2	156	225	69.33%	
	semana 3	171	230	74.35%	
	semana 4	219	309	70.87%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene los resultados de la dimensión calidad del servicio correspondiente al cuarto trimestre del año 2019, comprobando que el promedio es de 69.31% lo que refleja un nivel de calidad media en el servicio.

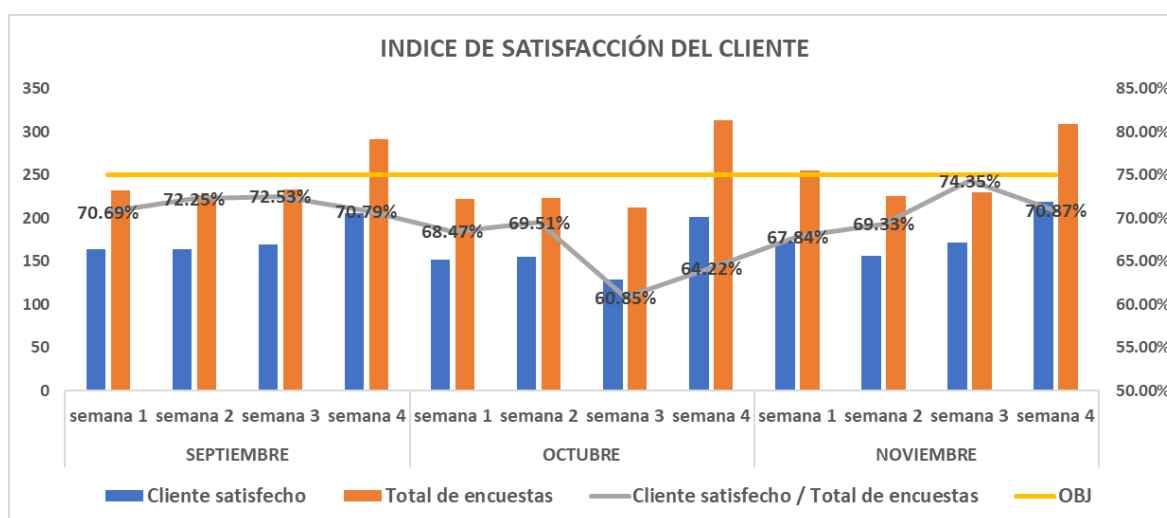


Figura 2. Grafica de satisfacción del cliente pre test

En la figura se tiene que la satisfacción del cliente en el periodo de estudio tiene un nivel medio de satisfacción.

Dimensión: Rendimiento del servicio

Indicador: Nivel de servicio

Tabla 4. Datos de la dimensión rendimiento del servicio pre test

Meses del 2019	Periodo	Llamadas atendidas	Llamadas recibidas	Llamadas atendidas/Llamadas recibidas	% promedio
SEPTIEMBRE	semana 1	24874	29662	83.86%	82.53%
	semana 2	26518	30410	87.20%	
	semana 3	21194	26696	79.39%	
	semana 4	25329	30859	82.08%	
OCTUBRE	semana 1	24304	29489	82.42%	
	semana 2	20356	25810	78.87%	
	semana 3	25424	30013	84.71%	
	semana 4	31257	36943	84.61%	
NOVIEMBRE	semana 1	26535	32512	81.62%	
	semana 2	22225	28456	78.10%	
	semana 3	27715	33089	83.76%	
	semana 4	34126	40730	83.79%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene el rendimiento del servicio correspondiente al trimestre de estudio con un promedio de 82.53%, lo cual se comprueba que el nivel de servicio de llamadas está por debajo de la meta empresarial.

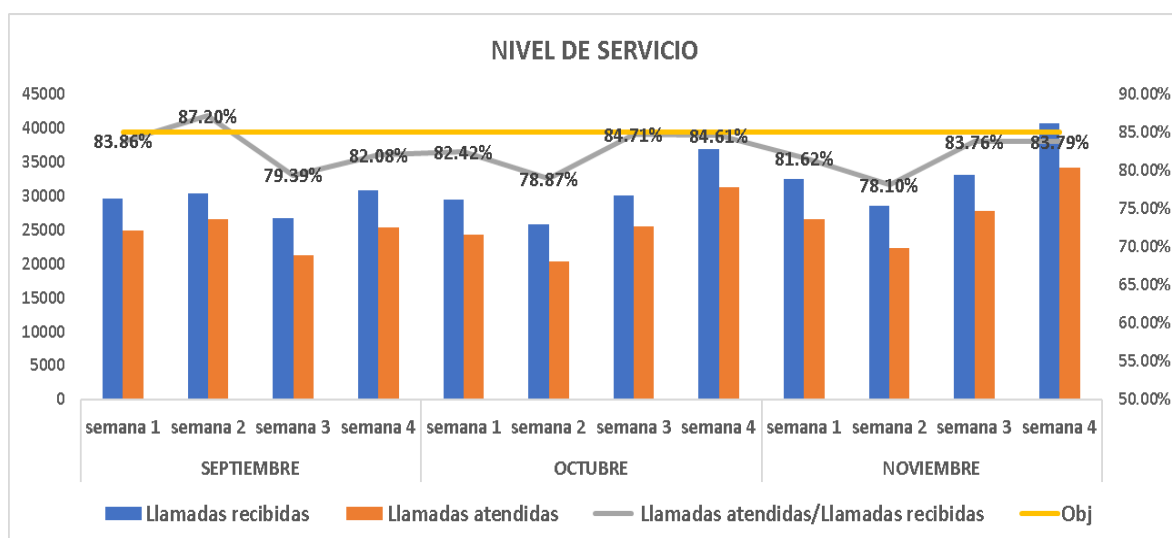


Figura 3. Diagrama de nivel de servicio pre test

En la figura se tiene el nivel de servicio del trimestre correspondiente al año 2019 en el que se comprueba un bajo nivel de servicio de llamadas.

Dimensión: Calidad del servicio

Indicador: Nivel de calidad

Tabla 5. Nivel de calidad pre test

Meses del 2019	Periodo	Calidad objetivo	Calidad real	Calidad objetivo / Calidad real	% Promedio
SEPTIEMBRE	semana 1	49.00	40.63	82.93%	84.38%
	semana 2	49.00	41.13	83.95%	
	semana 3	49.00	42.49	86.71%	
	semana 4	49.00	41.43	84.56%	
OCTUBRE	semana 1	49.00	41.80	85.31%	
	semana 2	49.00	40.83	83.33%	
	semana 3	49.00	42.70	87.14%	
	semana 4	49.00	40.61	82.87%	
NOVIEMBRE	semana 1	49.00	40.37	82.38%	
	semana 2	49.00	40.97	83.61%	
	semana 3	49.00	42.47	86.67%	
	semana 4	49.00	40.75	83.16%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene el nivel de calidad correspondiente al trimestre de estudio con un promedio de 84.38%, lo cual se comprueba que el nivel de calidad se encuentra por debajo de la meta empresarial.

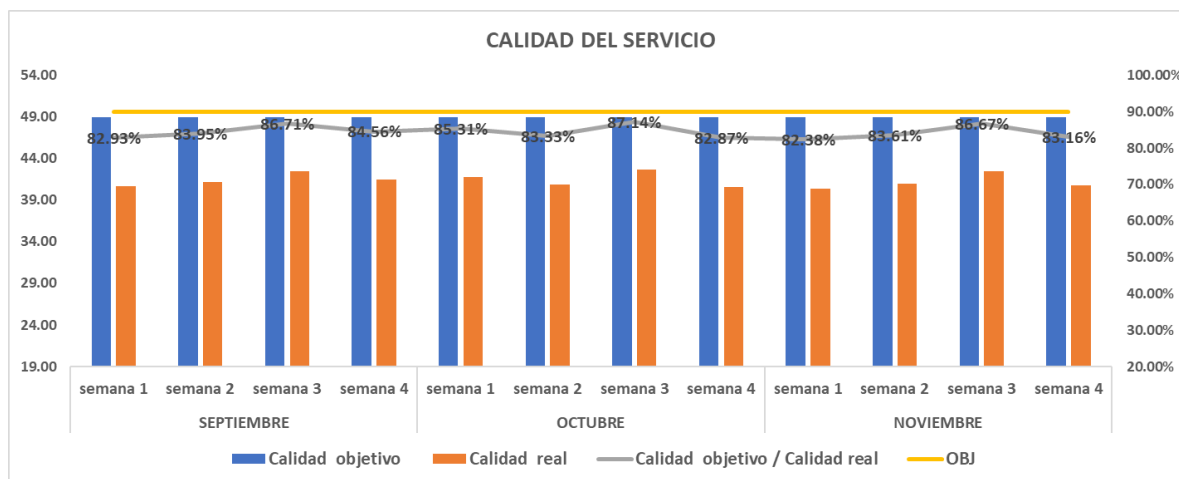


Figura 4. Diagrama de nivel de calidad

En la figura se tiene el nivel de calidad del trimestre correspondiente al año 2019 en el que se comprueba un bajo nivel de calidad del servicio respecto a la frecuencia objetivo.

3.5.2 Manipulación de las variables

Se precisó en el presente la programación de actividades con fines de lograr de implementar los procesos que nos permita resolver los inconvenientes encontrados en el área de operaciones, estableciendo actividades que agreguen valor a las labores que se realizan en la entidad. En la tabla siguiente se elaboró el cronograma de actividades para la implementación de la mejora de los procesos considerando:

1. Evaluar la situación de la empresa en cuanto a sus procesos, en la que se evalúa los procesos y se identifican los procesos existentes.
2. Se procede con la implementación de la gestión de procesos en la que se representan los procesos mejorándolos para un buen servicio. Se controlan los procesos de tal manera que se tenga la certeza de que el servicio será mejora y permitirá resolver de manera rápida los inconvenientes con los clientes. En la mejora de los procesos se redefine las actividades de manera que se tengan los procesos simplificados y que el tiempo de espera de los clientes sea menor.
3. Control y capacitación. Se hace las verificaciones correspondientes antes de poner en práctica y luego de que todos los procesos definidos queden conformes, se realiza la capacitación al personal para que puedan familiarizarse con los nuevos procesos y les permita realizar sus actividades de manera rápida y se resuelvan los inconvenientes existentes.

Tabla 6. Cronograma de actividades

Actividades	Mes: diciembre 2019 (días laborables)																														
	2	3	4	5	6	7	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20	21	23	24	25	26	27	28	30	31					
1. Análisis situacional de la empresa																															
- Evaluar la labor que se realiza																															
- Identificar los problemas existentes																															
2. Implementación de la gestión de procesos																															
- Representar procesos																															
- Controlar procesos																															
- Mejorar procesos																															
3. Control y capacitación																															
- Revisión de procesos																															
- Capacitación																															

Análisis de la situación de la empresa respecto a los procesos

Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Ago-19	Set-19	Oct-19	Nov-19
78.40%	84.15%	78.43%	85.33%	89.31%	83.27%	86.44%	82.34%	83.24%	83.11%	82.06%
85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%	85.00%

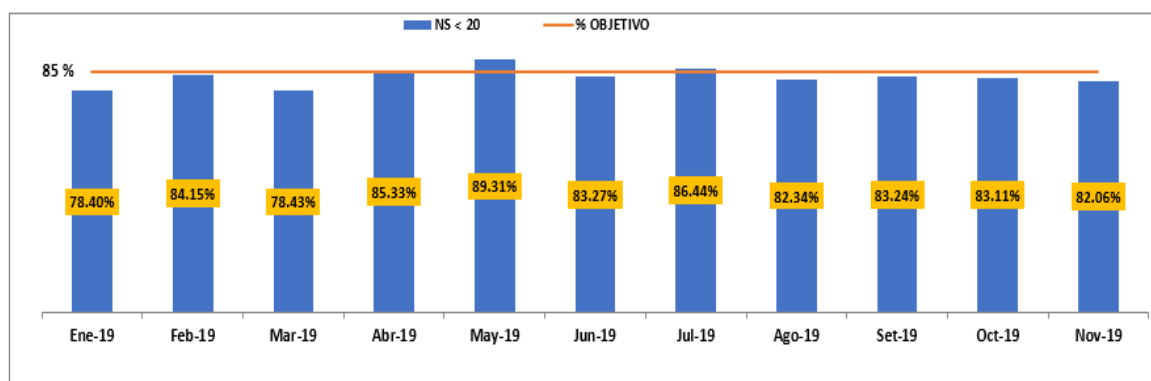


Figura 5. Niveles de servicio

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra los niveles de servicio correspondiente dentro de un periodo, nos referimos a la cantidad de llamadas que debemos contestar dentro de un determinado tiempo. En este caso es una medición que expresa el porcentaje de llamadas, en el tiempo que el cliente se mantiene en espera para ser atendido por un asesor, por lo mismo se considera esta medición como una métrica de ingreso.

Implementación de los procesos

Se definen los procesos considerando las dimensiones de la gestión de procesos.

Control y capacitación

Se realizan acciones de verificaciones de los procesos definidos con la finalidad de evitar inconvenientes en cuanto a la atención de llamadas, la atención oportuna y el logro de la satisfacción del cliente por lograr atender satisfactoriamente.

Luego de hacer las verificaciones se capacita al personal para conocimiento de los procesos de tal manera que al inicio de las actividades tengan conocimiento de estos mismos.

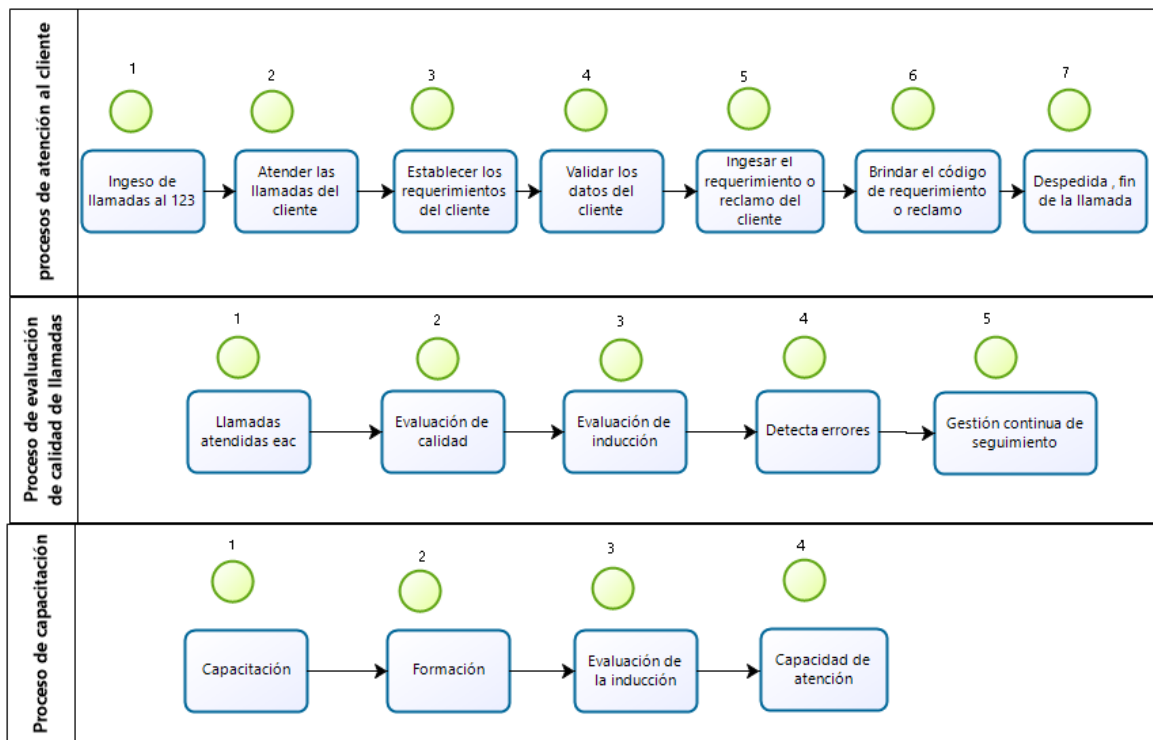


Figura 6. Procesos de atención al cliente

Fuente: Datos de la empresa

En los procesos de atención al cliente se realiza un contacto inicial del personal, luego de obtener la información, las validaciones de los clientes, los requerimientos que solicite el cliente, la resolución del problema o consulta, los códigos de reclamo de ser necesario y finalmente se procede la finalización en realizar si se logra el servicio de atención de manera eficiente.

En el proceso de evaluación de la calidad de las llamadas, se evalúa la calidad de llamadas atendidas, luego la evaluación de inducción de retroalimentación, detección de errores frecuentes y finalmente el seguimiento correspondiente.

En el proceso de capacitación continua, se consideran capacitación inicial del personal, luego la formación que corresponda, evaluación de la inducción para medir su conocimiento continuo, y finalmente conseguir la dinámica de trabajo y la capacidad de atención que fortalece el trabajo con personal idóneo para el área.

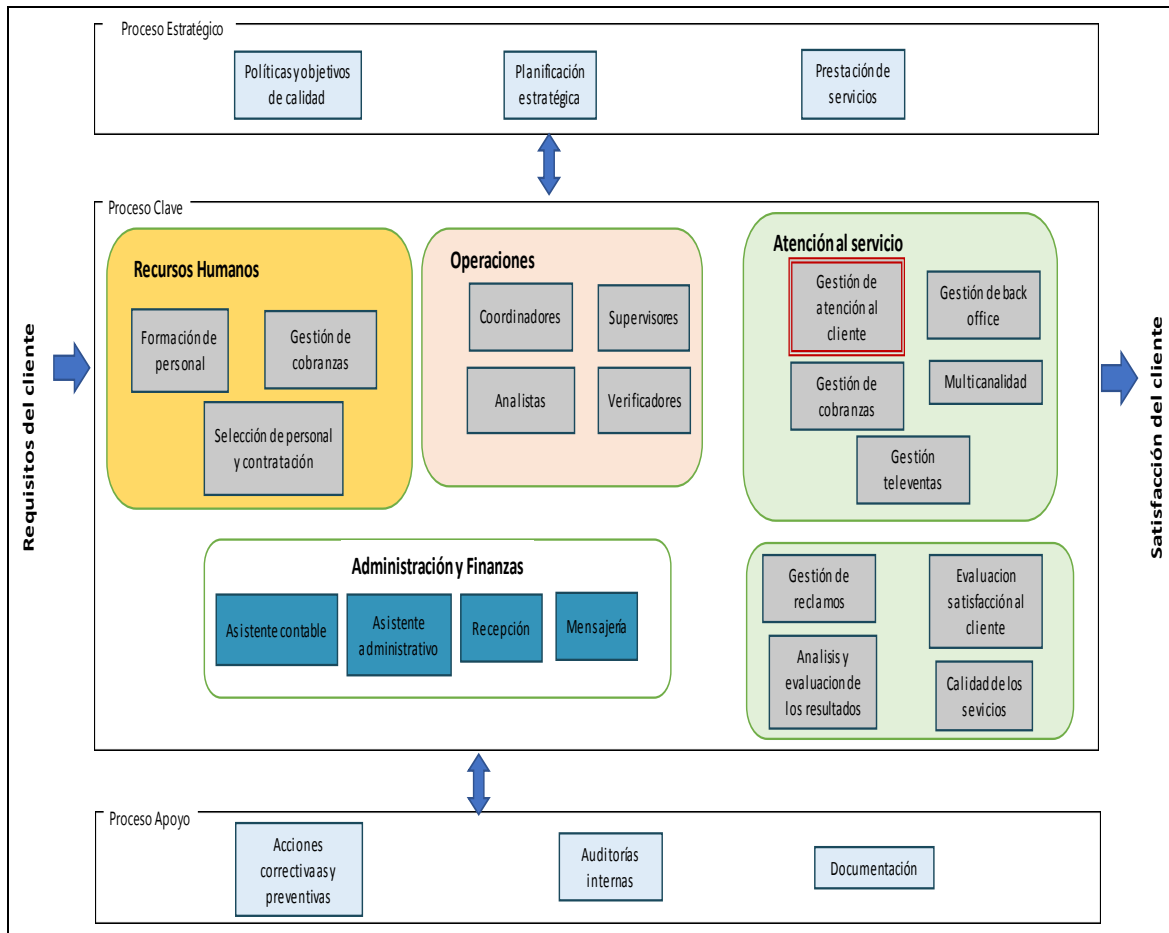


Figura 7. Mapa de procesos actual de la empresa SCC

Fuente: Datos de la empresa

La empresa tiene tres procesos principales que requieren de requisitos y necesidades de clientes para satisfacer lo establecido. Estos se ejecutan en la empresa contando con procesos de apoyo y procesos estratégicos. Los procesos importantes son; servicios de, RRHH, el área de operaciones, administración y finanzas, los cuales determinan lo requerido por clientes y según sus necesidades se realiza la propuesta para conducir el servicio, se definen los responsables y se dispone de recursos; atención del servicio, desempeño por tipo de servicio, accesos y clase de gestión.

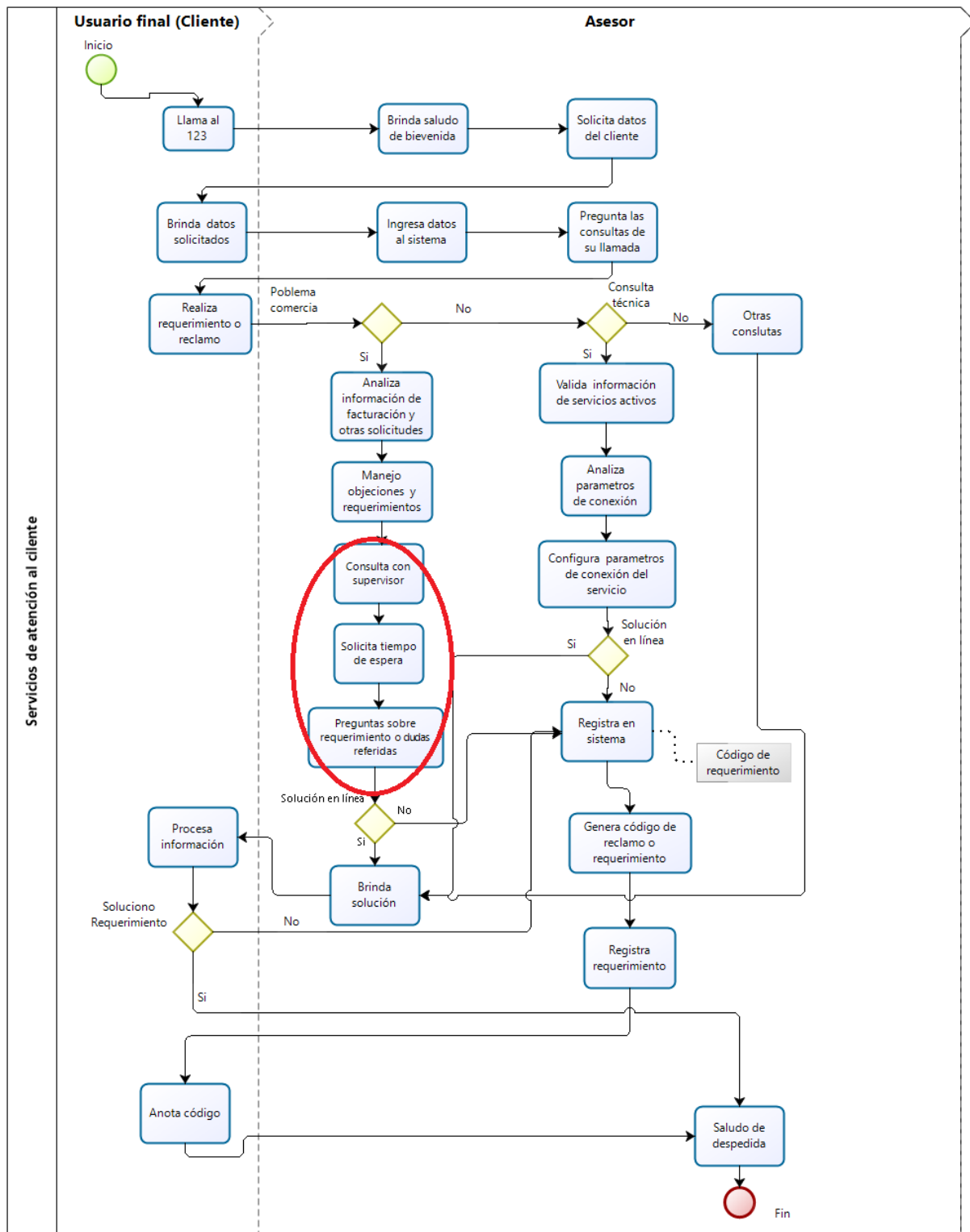


Figura 8. Proceso actual de atención al cliente

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra el proceso actual de atención al cliente que se lleva a cabo en las operaciones para el servicio de Entel Perú. Se identifica TRES

procesos que no generan valor y que se llevara a cabo para la implementación de mejora. Inicialmente se realizó un diagnóstico de la situación inicial con la atención al cliente y a los resultados obtenidos.

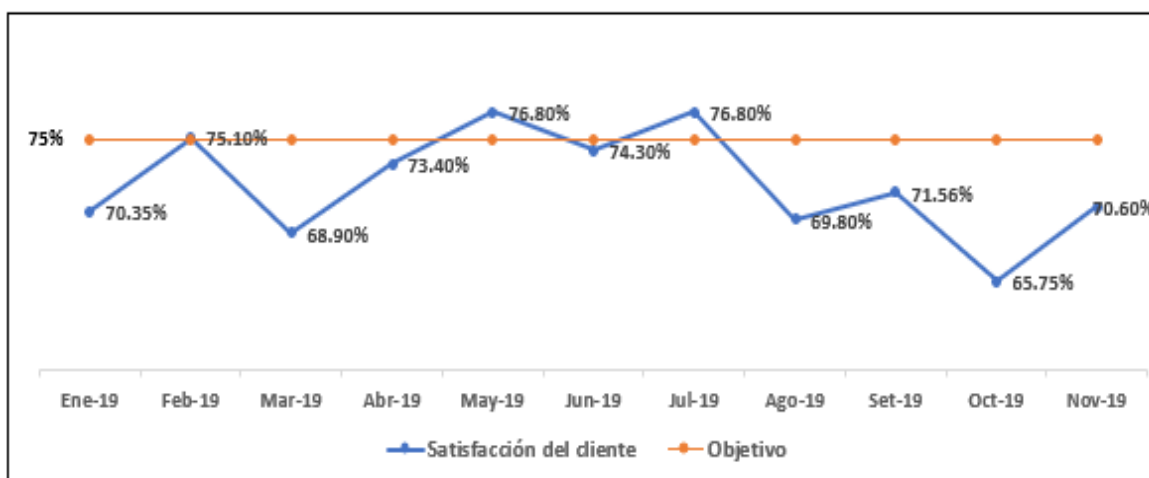


Figura 9. Índice de satisfacción del cliente 2019

Fuente: Datos de la empresa

En la figura la mayor parte de los meses del año 2019 los resultados no llegan al objetivo definido lo cual significa que los clientes (usuarios finales) están insatisfechos con la atención brindada por la empresa. Se analizará la problemática actual del área de operaciones, donde se estable las atenciones brindadas por los asesores.

Identificación actual de los procesos

El tiempo medio operacional total del proceso en relación con la atención del cliente esa conformada por los siguientes cuadros.

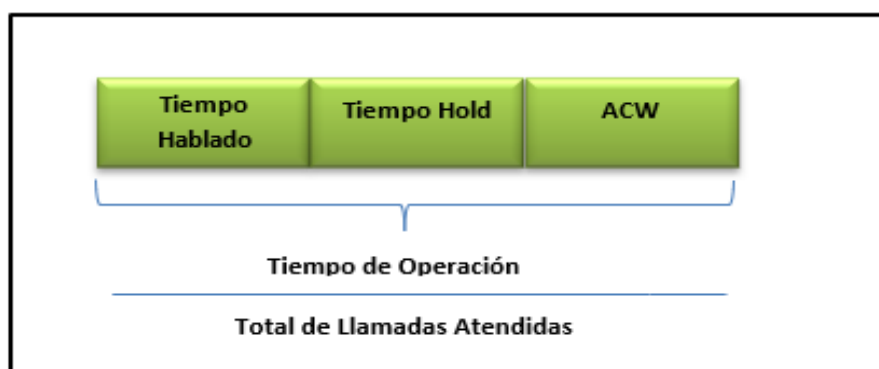


Figura 10. Tiempo medio operacional total del proceso

Fuente: Datos de la empresa

Tiempo hablado: Gestión que asesor se comunica con el cliente

Tiempo Hold: Tiempo que mantiene en espera o pausa al cliente.

ACW: Tiempo de gestión que ingresa información posterior a la llamada.

En la figura anterior, se muestra los parámetros del tiempo de atención, tiempo hablado, tiempo Hold, acw estos conforman el TMO (tiempo medio operacional) entre el total de llamadas atendidas. Lo que genera el tiempo productivo y desliza las llamadas abandonadas, % de llamadas abandonadas lo cual generan perdida de llamadas si esto no se controla de manera correcta.

Tabla 7. Tiempo de procesamiento del servicio al cliente

2019	T. HABLADO	T.HOLD	T.ACW	TMO SEGUNDOS	TMO REAL(MIN)	TMO PROYECTADO	% DE VARIACIÓN	% T. HOLD
Ene-19	332	63	10	405	00:06:45	00:05:43	18.1%	15.6%
Feb-19	340	81	13	434	00:07:14	00:06:25	12.7%	18.7%
Mar-19	352	76	10	438	00:07:18	00:06:40	9.5%	17.4%
Abr-19	311	86	10	407	00:06:47	00:06:11	9.7%	21.1%
May-19	325	78	14	417	00:06:57	00:06:56	0.2%	18.7%
Jun-19	303	83	12	398	00:06:38	00:05:33	19.5%	20.9%
Jul-19	325	58	12	395	00:06:35	00:05:49	13.2%	14.7%
Ago-19	302	80	11	393	00:06:33	00:05:43	14.6%	20.4%
Set-19	280	68	18	366	00:06:06	00:05:27	11.8%	18.6%
Oct-19	255	71	11	337	00:05:37	00:06:17	-10.6%	21.1%
Nov-19	349	79	19	447	00:07:27	00:06:55	7.7%	17.7%
TOTAL	316	75	13	403	00:06:43	00:06:09	9.30%	18.55%

Fuente datos de la empresa

En la tabla se tiene el tiempo promedio total del procesamiento del servicio de atención al cliente. El tiempo hablado corresponde 316 segundos, el tiempo Hold conocido como tiempo de espera es de 75 segundos y el tiempo ACW es de 13 segundos durante el año 2019, es decir, el tiempo de operación es de 403 segundos en el año 2019, esto considerando una variación con el TMO proyectado vs real teniendo como resultado el 9.30% que está por encima de la proyección, es ahí la importancia de disminuir el tiempo de la operación resaltando el Tiempo Hold que determina el tiempo de espera o pausa, ya que es parte del tiempo total de la llamada y es utilizado para realizar consultas al supervisor o preguntas sobre requerimiento o dudas referidas, indicador que será evaluado para su posterior análisis.

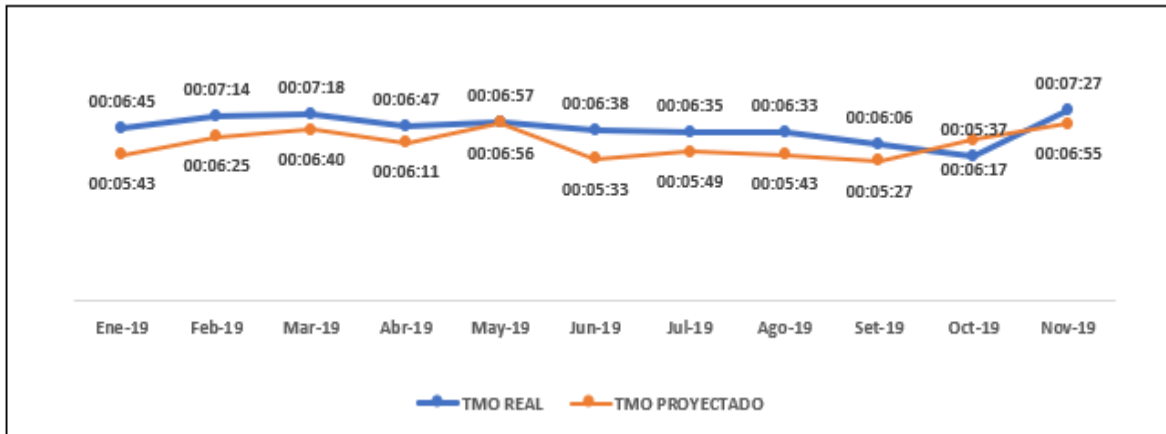


Figura 11. Comparativo de tiempo real y proyectado

Fuente: Datos de la empresa

De la figura se puede apreciar tiempo medio operacional en el año 2019, este no se ajusta con el tiempo proyectado en cuanto a la atención, incrementando respuesta en la atención, generando perdida de indicadores en niveles de servicio.

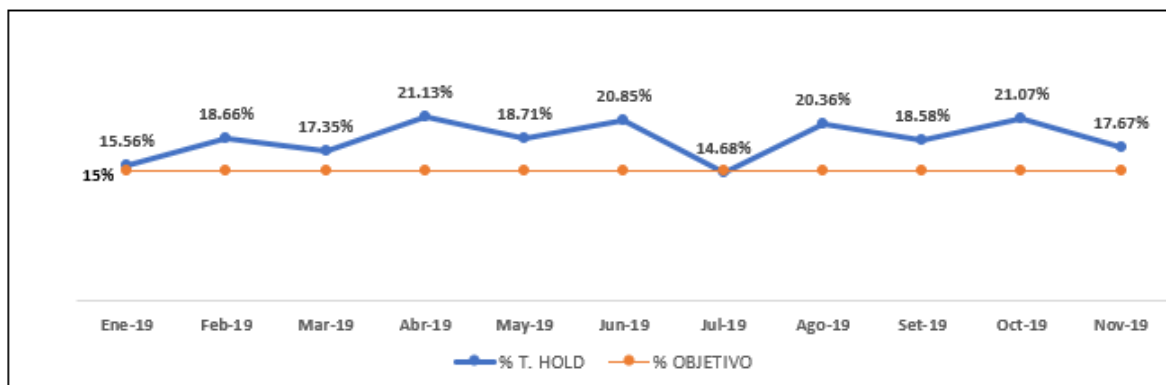


Figura 12. Comparativo de tiempo Hold y objetivo

Fuente: Datos de la empresa

La figura muestra el tiempo HOLD es la parte de la composición del TMO, en el año 2019 no se ajusta el objetivo al 15%, esta medición se considera el tiempo de gestión del asesor para mantener una comunicación en resolver dudas o solicitudes rápidamente y esto genera percepciones negativas del cliente, esto se debe evitar y reducir para mantener en la operación más disponibilidad en la atención y líneas limitadas. La fórmula del tiempo Hold es la siguiente:

$$TT\ HOLD = \frac{TT\ HOLD}{TT\ HOLD + TT\ HABLADO + TT\ ACW} \times 100$$

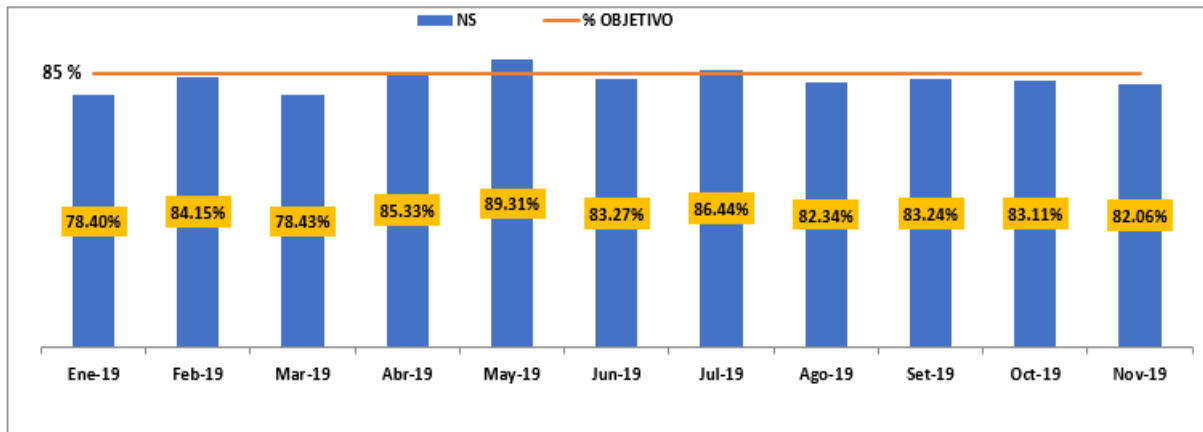


Figura 13. Comparativo entre nivel de servicio y objetivo

Fuente: Datos de la empresa

Se muestra los niveles de servicio correspondiente dentro de un periodo, nos referimos a la cantidad de llamadas que debemos contestar dentro de un determinado tiempo. En este caso es una medición que expresa el porcentaje de llamadas, en el tiempo que el cliente se mantiene en espera para ser atendido por un asesor, por lo mismo se considera esta medición como una métrica de ingreso.

Implementación de los procesos

Se definen los procesos considerando las dimensiones de la gestión de procesos.

Tabla 8. Cumplimiento de indicadores

MES	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS < 20	NS 80 < 20	LL.ABANDONADAS	% ABANDONO	REGULADO POR EL CLIENTE < 20 EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES
Ene-19	127823	100209	78.40%	27614	21.60%	85%
Feb-19	146985	123690	84.15%	23295	15.85%	85%
Mar-19	130786	102578	78.43%	28208	21.57%	85%
Abr-19	138027	117785	85.33%	20242	14.67%	85%
May-19	156985	140210	89.31%	16775	10.69%	85%
Jun-19	144786	120561	83.27%	24225	16.73%	85%
Jul-19	136985	118410	86.44%	18575	13.56%	85%
Ago-19	139000	114456	82.34%	24544	17.66%	85%
Set-19	117627	97915	83.24%	19712	16.76%	85%
Oct-19	126985	105541	83.11%	21444	16.89%	85%
Nov-19	134786	110602	82.06%	24185	17.94%	85%
TOTAL	1500775	1251956	83.42%	248819	16.58%	85%

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla nos muestra el consolidado actual de los indicadores del año 2019, se identifican los incumplimientos de los indicadores como el nivel de servicio que deben ser atendidos dentro de los 20 segundos, llamadas abandonadas, % de

abandono, donde se pretende mejorar utilizando las tres dimensiones para su solución.

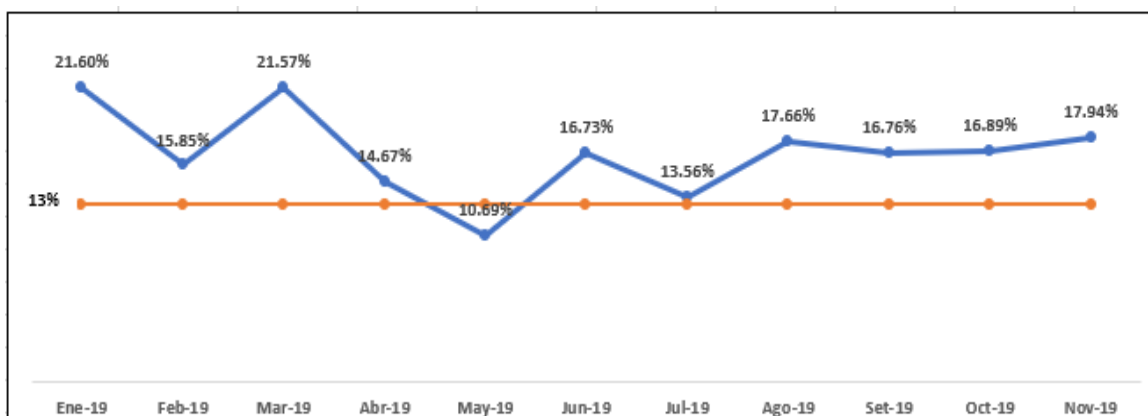


Figura 14. Tasa de abandono de llamadas

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra la Tasa de abandono por parte de los usuarios finales que no fueron atendidos por un asesor, correspondiente en los meses del año 2019.

SITUACIÓN ACTUAL		
Selección	Capacitación	Atención
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria • Evaluaciones • Ficha Técnica - Ficha técnica - Psicológica - Entrevista personal - Resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación inicial • Evaluación de inducción • Nuevas competencias y habilidades • Capacidad de atención • Resultados Nota (≥ 14) 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención en plataforma

Figura 15. Situación actual

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se tiene la situación actual de la capacitación de la empresa SCC, proceso en la que se realiza la selección de personal, es decir, los agentes que deben pasar por una serie de evaluaciones a fin de tener el perfil indicado, luego

de las capacitaciones se filtra con las inducciones y competencias necesarias, teniendo una nota mínima de 14.


		PROCESO DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE		código :	OPE-VS-02
Proceso	Mejora de atención al cliente	Área:	Operaciones		
Elaborado por	Los investigadores	Fecha:	9/12/2019		
OBJETIVO					
Procesos que no generan valor					
PROGRAMA A DESARROLLAR					
Asesor					
Bienvenida					
1. Brinda saludo de bienvenida 2. Solicita datos del cliente 3. Ingresar datos al sistema 4. Preguntar las consultas de su llamada					
Análisis					
Procesos que no generan valor					
Temas comerciales					
Temas técnicos					
5. Información de facturación y otras solicitudes 6. Maneja objeciones 7. Consulta con supervisor 8. Solicita tiempo de espera 9. Preguntar dudas adicionales 10. Otras consultas 11. Valida información de servicios activos 12. Analiza parámetros de conexión 13. Configura Parámetros de conexión del servicio 14. Registra sistema 15. Genera código de redamo o requerimiento (De acuerdo al requerimiento) 16. Registra requerimiento 17. Brinda solución					
Despedida					
18. Saludos de despedida					

Figura 16. Formato de atención al cliente

Observamos en la figura los procesos que no generan valor, con esto se consigue elevar la productividad de los asesores, tiempos de atención en el servicio con fines de la satisfacción del cliente.

Con fines de lograr la mejora de los procesos de atención al cliente se realizó el programa de capacitación continua como estrategia para mantener la capacidad de atención.

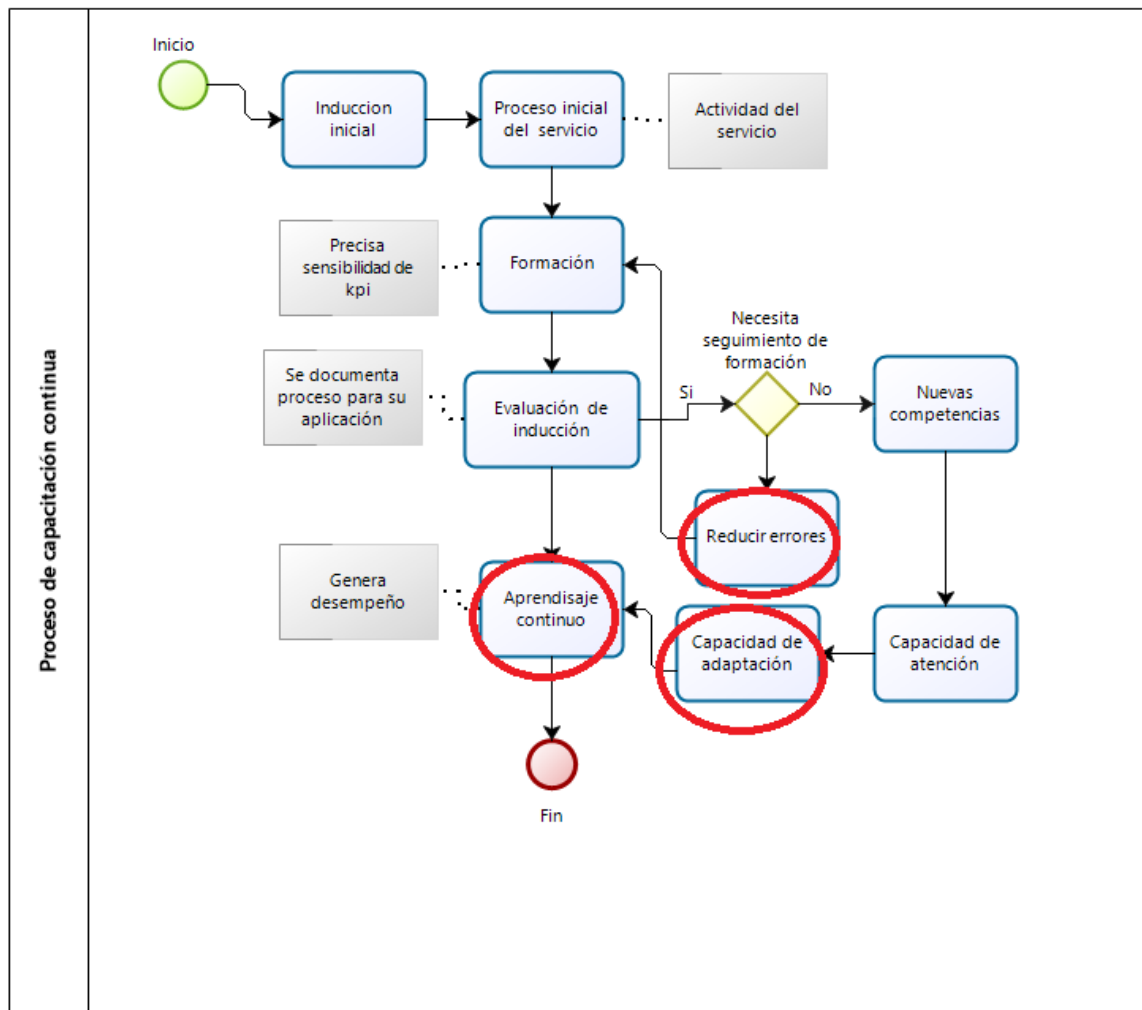


Figura 18. Proceso de capacitación continua

En la figura se define con el formato de desarrollo de capacitación la implementación del proceso de capacitación continua con tres procesos complementando para lograr el nivel de satisfacción del cliente logrando elevar el conocimiento de indicadores, capacidad de adaptación, aprendizaje continuo y reducir errores de los asesores.


 CAPACITACIÓN CONTINUA		
Selección	Capacitación	Atención
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria • Evaluaciones • Ficha Técnica <ul style="list-style-type: none"> - Ficha técnica - Psicológica - Entrevistal personal - Resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Inducción inicial • Proceso inicial del servicio • Formación • Nuevas competencias y habilidades • Capacidad de atención • Capacidad de adaptación • Aprendizaje continuo • Reducir errores • Resultados Nota (≥ 14) 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención en plataforma

Figura 19. Plan de mejora de capacitación continua

Observamos en la figura el resultado de mejora del plan de programa de capacitación continua.

A continuación, se presenta la mejora de los procesos y se procedió implementar tres procesos productivos (**capacidad de adaptación, aprendizaje continuo y reducir errores**) con la finalidad de optimizar tiempo de atención y eliminando los tiempos improductivos, buen manejo de información, manteniendo una capacidad de solución rápida y precisa en la atención, con la finalidad que estén alineados los asesores con brindar información veraz hacia el usuario final.

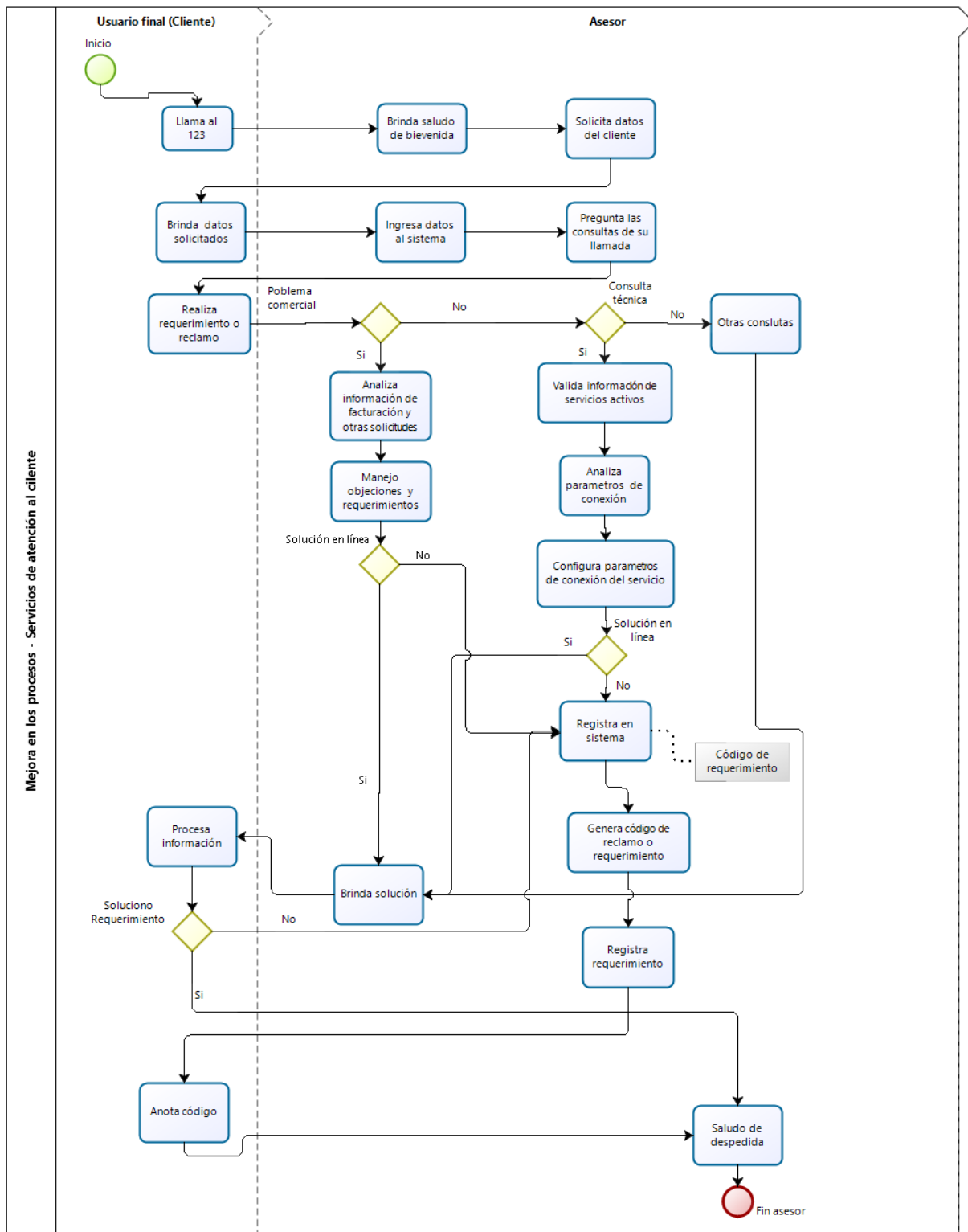


Figura 20. Mejora de procesos

La figura muestra los procesos mejorados eliminando procesos que no generan valor en la atención al cliente, que fueron analizados en la situación inicial (ver figura 8).

Para mejorar estos procesos se planteó el siguiente análisis:

Tabla 9. Análisis de procesos

Tiempo de la operación	Definiciones	Impacto en las operaciones	Impacto satisfacción del cliente
Tiempo	Desconocimiento de indicadores	x	
Tiempo	Brinda información incorrecta	x	x
Tiempo	Poca amabilidad y empatía	x	x
Tiempo	No resuelve duda	x	x
Tiempo	No brinda alternativa de solución		x
Tiempo	No Indica encuesta de satisfacción		x

En la tabla se muestra las actividades que generan capacidad en tiempo de atención a los clientes, con sus definiciones que no aportan valor al proceso, según el nivel de impacto en el área de operaciones que contraen la insatisfacción del cliente. Las actividades determinarán el proceso en la optimización de mejoras.

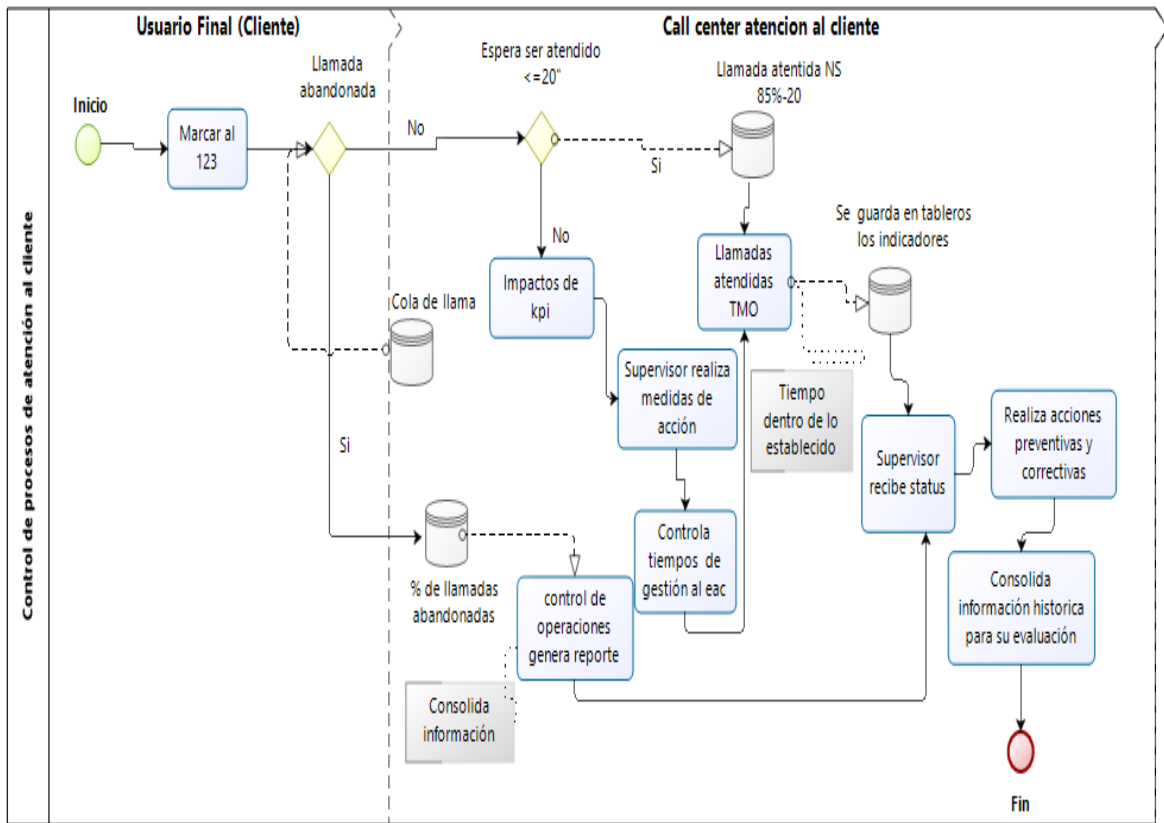


Figura 21. Control de procesos de atención al cliente

En la figura se muestra el proceso de controlar el cumplimiento de objetivos para mantener una medición inicial desde que el cliente marca al 123(servicio Entel), y controlar el congestionamiento de cola de llamadas, lo cual incrementan llamadas abandonadas, para esto se tiene un tiempo de umbral de ser atendido dentro de los 20 segundos, aplicándose un indicador llamado nivel de servicio que determinara el rendimiento del servicio que debe estar en el tiempo de atención establecido y pueda ser controlado por el área de operaciones, el supervisor, luego realiza un status realizando las acciones pertinentes para llevar un consolidado que le aportara identificar las falencias de los asesores y de esta forma aplicar un mejor control para su evaluación con la finalidad de conseguir la satisfacción del cliente y cumplir con los indicadores.

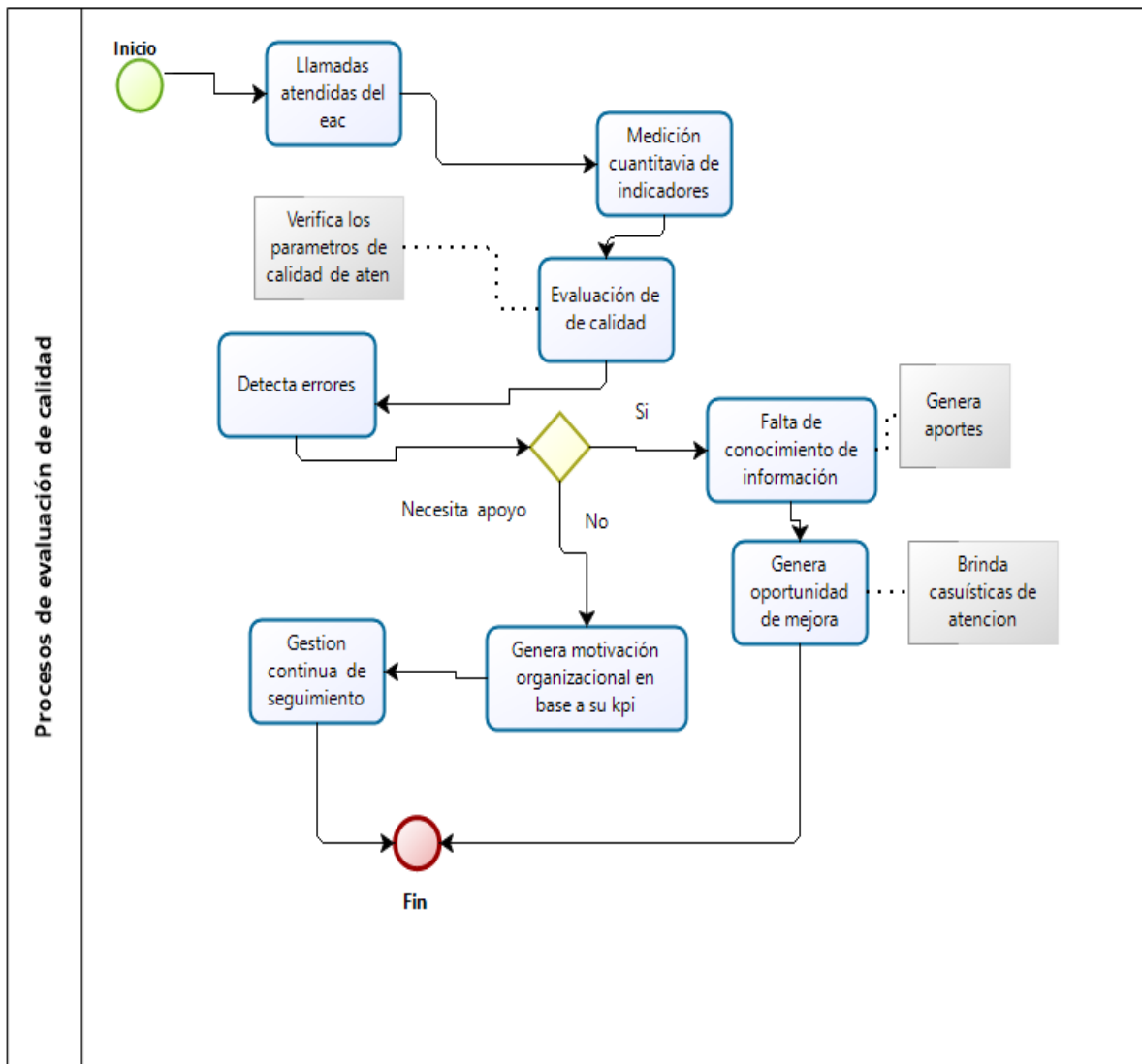


Figura 22. Evaluación de la calidad del asesor

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra el proceso de las evaluaciones de calidad al asesor, cuantificando sus indicadores para medir y detectar los errores más comunes para elevar su capacidad de desempeño en su gestión diaria, logrando el objetivo de la satisfacción del cliente.

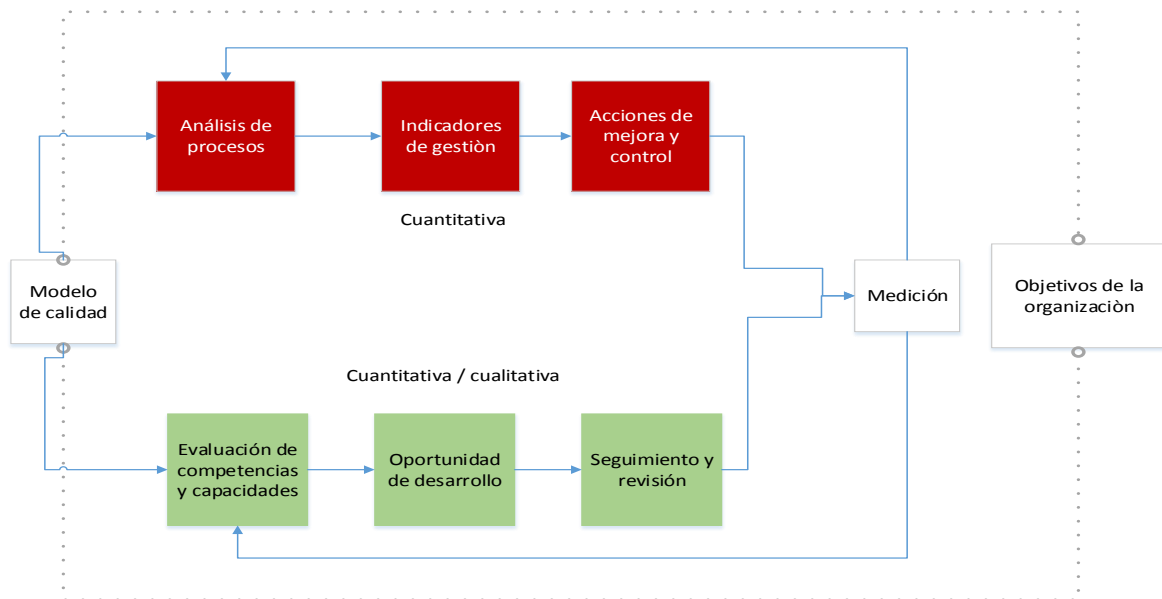


Figura 23. Estructura de calidad

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se aprecia la estructura del modelo de calidad del servicio para llevar un control que define los indicadores cuantitativos de los asesores, para obtener la gestión de calidad con los estándares del servicio y satisfacción del cliente.

Tabla 10. Seguimiento de la calidad

Descripción	Calidad objetivo	Porcentaje de frecuencia de calidad	Objetivo
Saludo Inicial	5	10%	
Brinda información correcta	3	6%	
Resolución de problema	5	10%	
Manejo de llamada	8	16%	
Tono de voz	7	14%	90%
Muletillas	5	10%	
Empatía	5	10%	
Tiempo de respuesta	4	8%	
Capacidad de respuesta	7	14%	
Total indicador	49	100%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se muestra las descripciones de cuantificar la calidad objetivo definido de la empresa y con su porcentaje de frecuencia de calidad, se tiene como objetivo al 90% del nivel de calidad del servicio para estar dentro del estándar.

Tabla 11. Resultado de indicadores de niveles de servicio

MES	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS <20	NS 80 <20	LL.ABANDONADAS	% ABANDONO	REGULADO POR EL CLIENTE < 20 EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES
Ene-20	126682	112121	88.51%	14561	11.49%	85.00%
Feb-20	125456	108461	86.45%	16994	13.55%	85.00%
Mar-20	143152	123129	86.01%	20023	13.99%	85.00%
TOTAL	395289	343712	86.95%	51578	13.05%	85.00%

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se muestra los resultados con un margen de indicadores cumpliendo con los niveles de servicio, el porcentaje de llamadas abandonadas a un promedio de un 15% cumpliendo los meses enero, febrero y marzo de 2020.

Tabla 12. Resultado de indicadores de tiempo medio operacional

MES	T. HABLADO	T.HOLD	T.ACW	TMO SEGUNDOS	TMO REAL	TMO PROYECTADO	% DE VARIACIÓN	% T. HOLD
Ene-20	250	45	12	307	00:05:07	00:05:44	-10.8%	14.66%
Feb-20	312	51	11	374	00:06:14	00:06:17	-0.7%	13.64%
Mar-20	355	61	10	426	00:07:06	00:06:56	2.4%	14.32%
TOTAL	306	52	11	369	00:06:09	00:06:19	-2.62%	14.18%

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se muestra los resultados con un margen de indicadores cumpliendo con los objetivos de los tiempos, con un tiempo Hold al 14.18% que equivale 52 segundos dentro de lo establecido, se comprueba así un promedio de desviación al -2.62%, es decir, con esto se cumple con lo requerido y mejoras en el servicio en la atención y satisfacción del cliente.

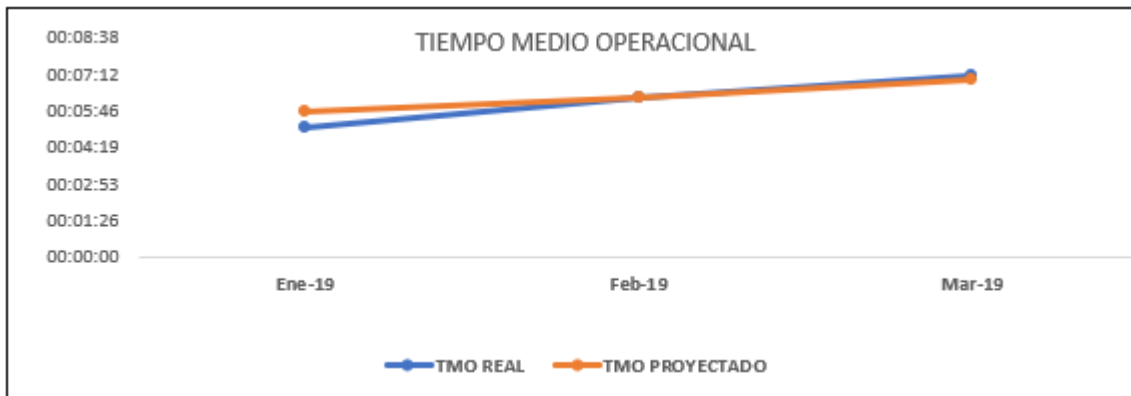


Figura 24. Ajustes de tiempo medio operacional

Fuente: Datos de la empresa

En la figura 24 se muestra el ajuste del tiempo medio operacional con la atención a los clientes. Mejorando los procesos de las tres actividades iniciales que no generan valor el aproximado de tiempo es considerable a la proyección.

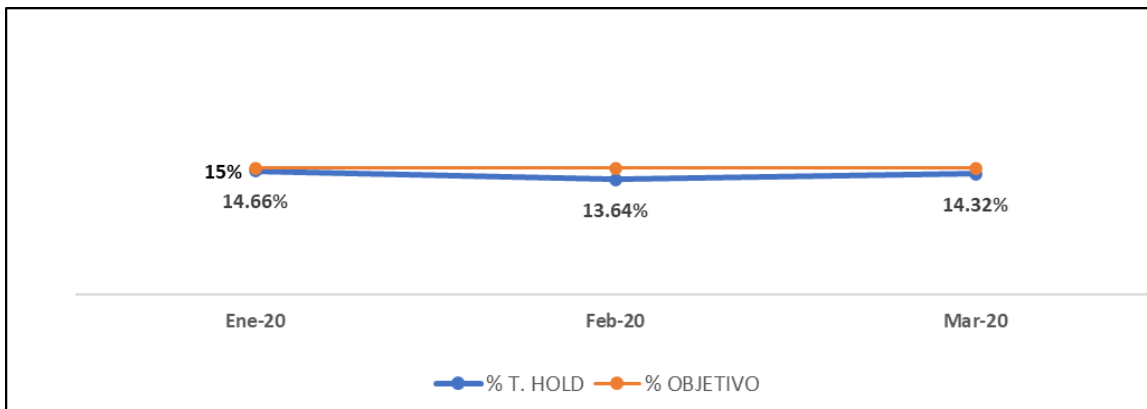


Figura 25. Tiempo HOLD teniendo en espera o pausa al cliente

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra el tiempo Hold dentro de lo establecido al 15%, está en un promedio de 52 segundos, es decir limitando este tiempo en espera o pausa al cliente, resuelve con el cumplimiento que corresponde al primer trimestre del año 2020, además este indicador optimiza el tiempo medio operacional total del proceso. Con el proceso de capacitación continua se tiene mayor productividad en la operación con el tiempo de atención, estabilidad en tiempos de gestión en una atención rápida, precisa y con una solución que espera tener el cliente, la satisfacción del servicio con su requerimiento.

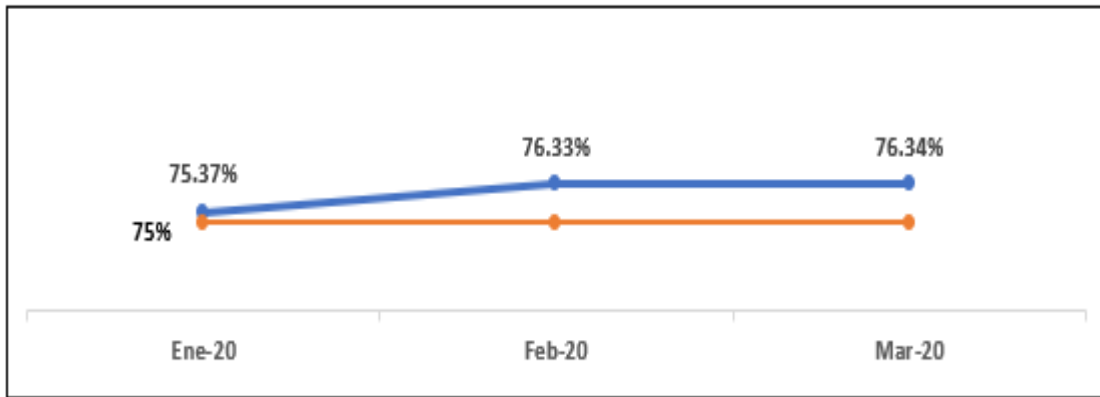


Figura 26. Índice de satisfacción del cliente

Fuente: Datos de la empresa

En la figura 26 se muestra el resultado con el promedio de los tres meses del año 2020, es decir, el cumplimiento del objetivo con todos los parámetros de una buena atención, mejorando dentro del margen del tiempo. Con el análisis de procesos y con una capacitación continua los indicadores están dentro del objetivo.

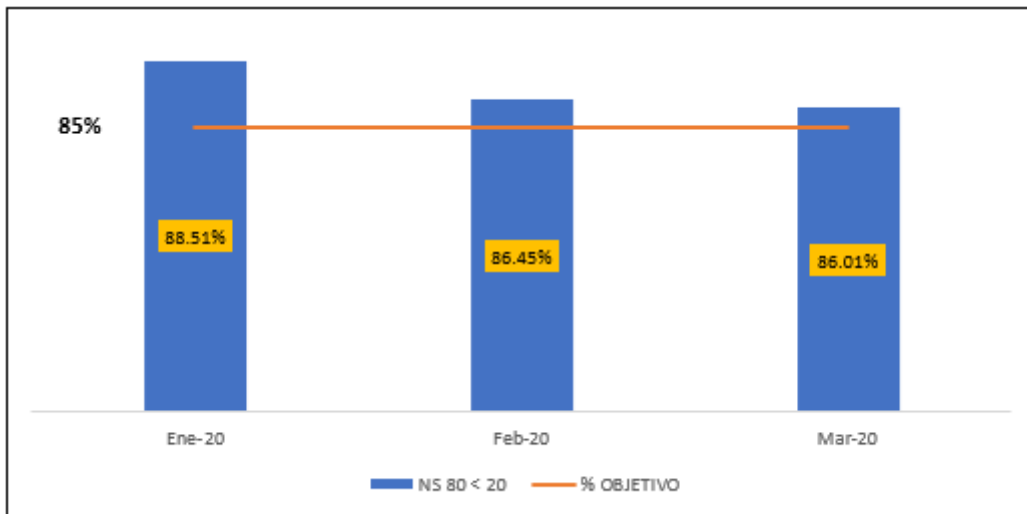


Figura 27. Indicadores del nivel de servicio

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se muestra un resultado favorable en cuanto al cumplimiento de indicadores dentro del requerido del primer trimestre del 2020. Con el proceso de controlar y mejorar se cumple con las mediciones de la organización y el rendimiento del servicio.

Variable dependiente: Satisfacción del cliente pos test

Tabla 13. Datos de la satisfacción del cliente pos test

Meses del 2020	Periodo	Cliente satisfecho	Total de encuestas	Cliente satisfecho / Total de encuestas	% promedio
ENERO	semana 1	178	239	74.48%	75.97%
	semana 2	178	234	76.07%	
	semana 3	183	240	76.25%	
	semana 4	224	300	74.67%	
FEBRERO	semana 1	177	229	77.29%	
	semana 2	181	230	78.70%	
	semana 3	162	219	73.97%	
	semana 4	191	255	74.90%	
MARZO	semana 1	189	262	72.14%	
	semana 2	178	232	76.72%	
	semana 3	191	237	80.59%	
	semana 4	271	357	75.91%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla 13 se tiene los resultados de la satisfacción del servicio correspondiente al primer trimestre del año 2020, comprobando que el promedio es de 75.97% lo que refleja un incremento significativo respecto al periodo anterior.

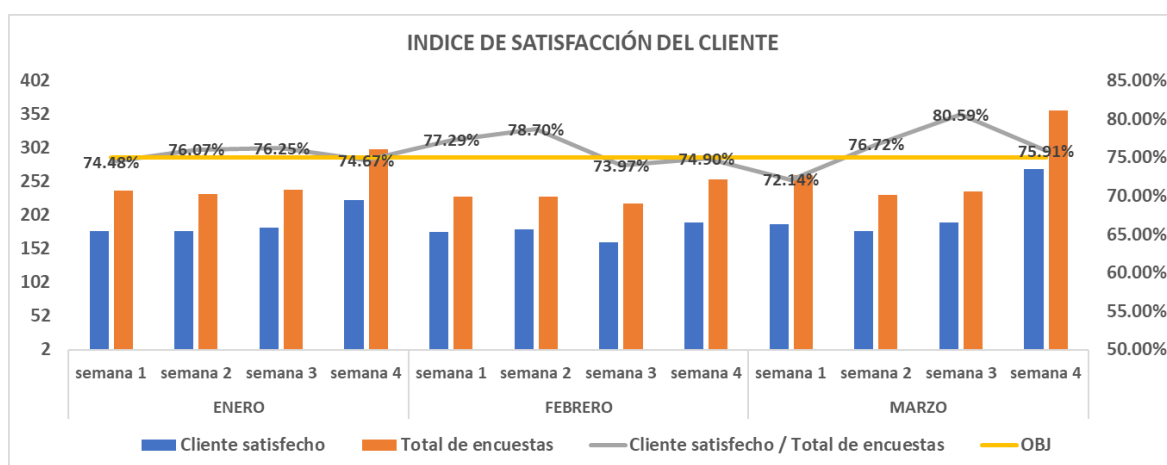


Figura 28. Grafica del nivel de satisfacción pos test

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se tiene que el nivel de satisfacción en el periodo de estudio tiene un incremento relevante respecto al periodo anterior.

Dimensión: Rendimiento del servicio

Indicador: Nivel de servicio

Tabla 14. Datos de la dimensión rendimiento del servicio pos test

Meses del 2020	Periodo	Llamadas recibidas	Llamadas atendidas	Llamadas recibidas/ Llamadas atendidas	% Promedio
ENERO	semana 1	30997	27553	88.89%	86.89%
	semana 2	31778	29374	92.43%	
	semana 3	27897	23477	84.15%	
	semana 4	36010	31718	88.08%	
FEBRERO	semana 1	30816	26541	86.13%	
	semana 2	26971	22229	82.42%	
	semana 3	31364	27763	88.52%	
	semana 4	36305	31928	87.95%	
MARZO	semana 1	33975	29329	86.33%	
	semana 2	29736	25701	86.43%	
	semana 3	34578	29463	85.21%	
	semana 4	44862	38636	86.12%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla 14 se tiene el rendimiento del servicio correspondiente al trimestre de estudio con un promedio de 86.89%, lo cual se comprueba que el nivel de servicio de llamadas logro incrementarse respecto al periodo anterior.

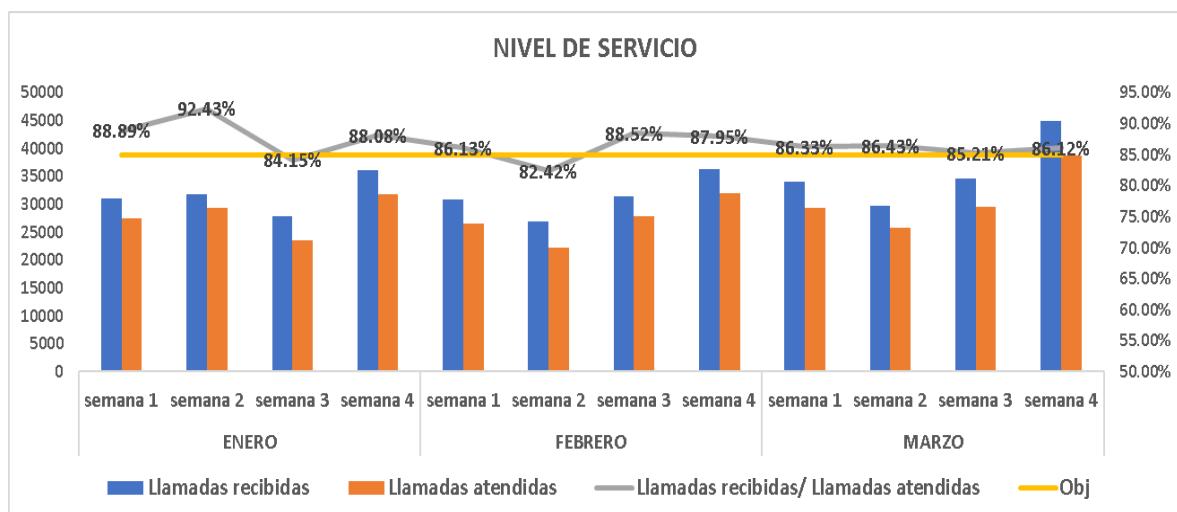


Figura 29. Diagrama de nivel de servicio pos test

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se tiene el nivel de servicio del trimestre correspondiente al año 2020 en el que se comprueba un incremento significativo en el nivel de llamadas en relación con el periodo anterior.

Dimensión: Calidad del servicio

Indicador: Nivel de calidad

Tabla 15. Data de la dimensión calidad del servicio pos test

Meses del 2020	Periodo	Calidad objetivo	Calidad real	Calidad objetivo / Calidad real	% Promedio
ENERO	semana 1	49.00	45.50	92.86%	93.12%
	semana 2	49.00	46.30	94.49%	
	semana 3	49.00	45.77	93.40%	
	semana 4	49.00	45.87	93.61%	
FEBRERO	semana 1	49.00	45.37	92.59%	
	semana 2	49.00	45.50	92.86%	
	semana 3	49.00	45.60	93.06%	
	semana 4	49.00	46.46	94.83%	
MARZO	semana 1	49.00	45.80	93.47%	
	semana 2	49.00	44.87	91.56%	
	semana 3	49.00	45.50	92.86%	
	semana 4	49.00	45.04	91.92%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla 15 se tiene la calidad del servicio correspondiente al trimestre de estudio con un promedio de 93.12%, lo cual se comprueba que la calidad del servicio mejoró significativamente respecto al periodo de estudio anterior.

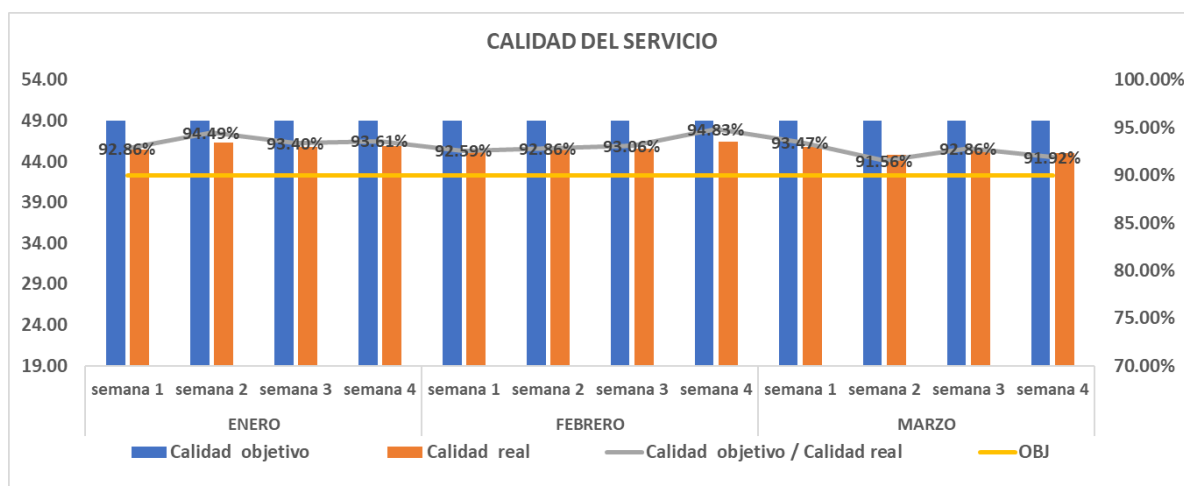


Figura 30. Diagrama de la calidad del servicio pos test

Fuente: Datos de la empresa

En la figura se tiene la calidad del servicio del trimestre correspondiente al año 2020 en el que se comprueba un incremento significativo en la calidad de servicio en relación con el periodo anterior.

3.6 Métodos de análisis de datos

Según Valderrama (2015, p.229-230), “Al obtener los datos, se efectúa el análisis para responder a la pregunta inicial, si corresponde, aceptar o rechazar hipótesis.

Estadística descriptiva:

Córdoba (2003), consideró “son métodos estadísticos asociados al resumen y descripción de datos, sean tablas, figuras y analizar mediante los cálculos” (p.1).

El proceso será necesario determinar medidas cuantitativas que mejoren los análisis de los datos obtenidos en todos los procesos que optimizaran. Se utilizará tablas, cuadros estadísticos, facilitando la comprensión de resultados mediante el software Excel.

Estadística inferencial:

Según Valderrama (2015) señaló que el enfoque cuantitativo “se caracteriza porque utiliza la recolección y el análisis de los datos para contestar a la formulación del problema de investigación” (p. 106).

Se va a procesar la información de la recolección y análisis mediante la estadística, siendo importante la prueba de normalidad, prueba de hipótesis mediante T- student o Wilcoxon. El objetivo es por medio de gráficos simples, cuadros y prácticos se puedan presentar la información recogida buscando aumentar la satisfacción del cliente en la entidad SCC.

3.7 Aspectos éticos

En el estudio se respeta la autoría de investigaciones y diversas fuentes, libros y revistas, así como la confiabilidad y valides del instrumento, la veracidad de las fuentes para lograr la información que sostienen de autores de investigación. También se cumple con el formato de elaboración del trabajo y la prueba de similitud Turnitin para comprobar la autenticidad del trabajo presentado.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

En el procesamiento se muestra lo obtenidos en el software SPSS versión 24 respecto a satisfacción del cliente y sus dimensiones rendimiento del servicio y calidad del servicio.

4.1.1 Variable satisfacción del cliente

Se hizo el procesamiento comparativamente antes y después de implementar la gestión de procesos en el área de operaciones, empresa SCC.

Tabla 16. Descriptiva de la satisfacción del cliente

		Estadístico	
Satisfacción del cliente pre test	Media	69,3083	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	66,9517
		Límite superior	71,6650
	Media recortada al 5%	69,4981	
	Mediana	70,1000	
	Varianza	13,757	
Desv. Desviación	3,70906		
Satisfacción del cliente postest	Media	75,9742	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	74,5545
		Límite superior	77,3938
	Media recortada al 5%	75,9307	
	Mediana	75,9900	
	Varianza	4,993	
Desv. Desviación	2,23440		

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene los resultados de la variable satisfacción del cliente pre y pos test a la aplicación de la gestión de procesos con una diferencia promedio de las medias de 6.66%, que es el resultado del aumento de la satisfacción del cliente en la empresa SCC. También se observa una disminución significativa de los valores de las medidas de dispersión varianza y desviación comprobando que los datos están más próximos a la media.

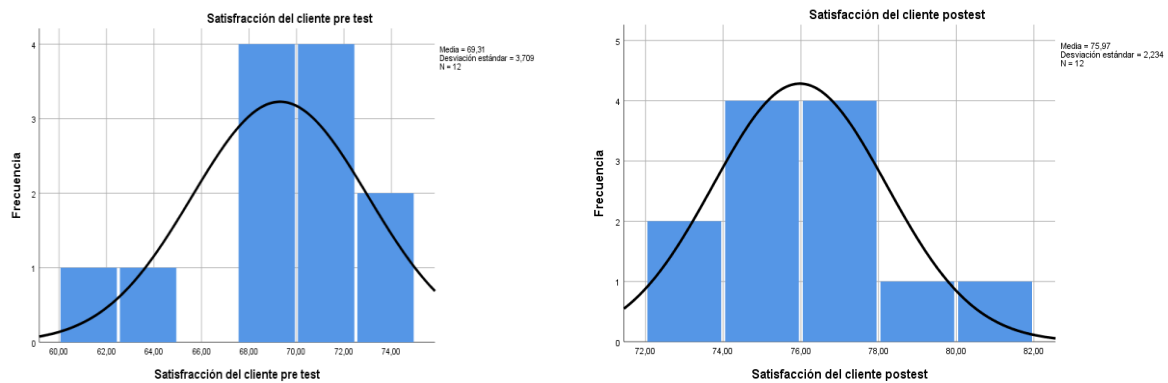


Figura 31. Diagrama de frecuencia de satisfacción del cliente pre y post

Fuente: SPSS versión 24

En la figura se tiene los diagramas de frecuencia de la satisfacción del cliente pre test y pos test en los que se observa que los datos muestran una distribución normal.

4.1.2 Dimensión rendimiento del servicio

En este caso se hace el procesamiento comparado del pre test y pos test del rendimiento del servicio en la empresa SCC

Tabla 17. Descriptivo de la dimensión rendimiento del servicio pre y pos test

	ESTADÍSTICO		
Rendimiento del servicio pre test	Media	82,5342	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	80,8241
		Límite superior	84,2442
	Media recortada al 5%	82,5213	
	Mediana	83,0900	
	Varianza	7,244	
	Desv. Desviación	2,69140	
Rendimiento del servicio postest	Media	86,8883	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	85,2640
		Límite superior	88,5127
	Media recortada al 5%	86,8287	
	Mediana	86,3800	
	Varianza	6,536	
	Desv. Desviación	2,55654	

Fuente: Propia con SPSS versión 24

En la tabla 17 se presenta los resultados de la dimensión rendimiento del servicio pre y pos test a la implementación de la gestión de procesos con una diferencia promedio de las medias de 4.35%, que es el resultado del incremento del rendimiento del servicio en el área de operaciones de la empresa SCC. De igual forma se observa una disminución ligera de los valores de las medidas de dispersión después de la implementación, es decir los valores de encuentran más próximos a la media.

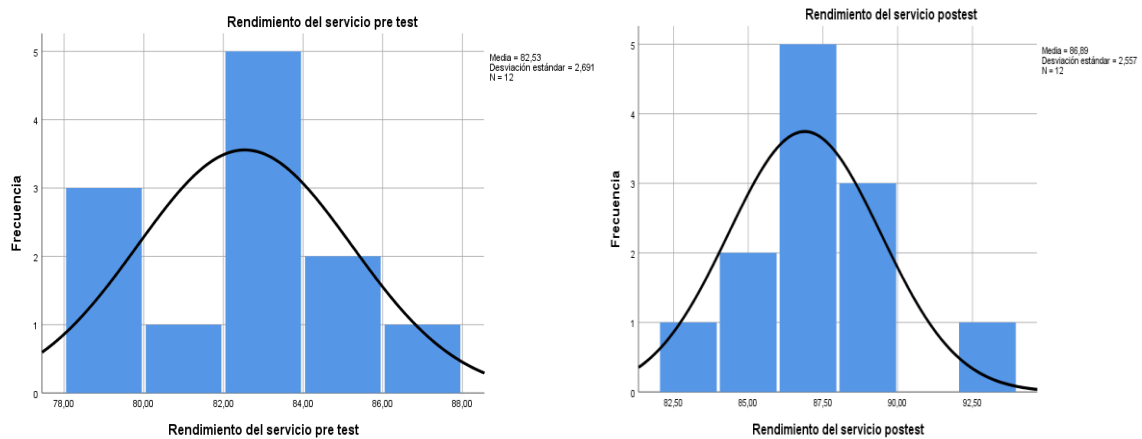


Figura 32. Diagrama de frecuencias del rendimiento del servicio pre y pos test

Fuente: SPSS versión 24

En la figura se tiene los diagramas de frecuencia del rendimiento del servicio pre test y pos test en los que se observa que los datos muestran una distribución normal.

4.1.3 Dimensión calidad del servicio

En este caso se hace el procesamiento comparado del pre test y pos test de calidad del servicio en la empresa SCC.

Tabla 18. Descriptivo de calidad del servicio pre y pos test

		Estadístico	
Calidad del servicio pre test	Media	84,3850	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	83,3194
		Límite superior	85,4506
	Media recortada al 5%	84,3433	
	Mediana	83,7800	
	Varianza	2,813	
	Desv. Desviación	1,67709	
Calidad del servicio postest	Media	93,1258	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	92,5322
		Límite superior	93,7195
	Media recortada al 5%	93,1181	
	Mediana	92,9600	
	Varianza	,873	
	Desv. Desviación	,93432	

Fuente: Propia con SPSS versión 24

En la tabla se presenta los resultados de la dimensión calidad del servicio antes y después de aplicar la gestión de procesos con una diferencia promedio de las medias de 8.74%, que es el resultado del incremento la calidad del servicio en la empresa SCC. De igual forma se observa una disminución ligera de los valores de la dispersión después de la mejora, es decir los valores se hallan más próximos a la media.

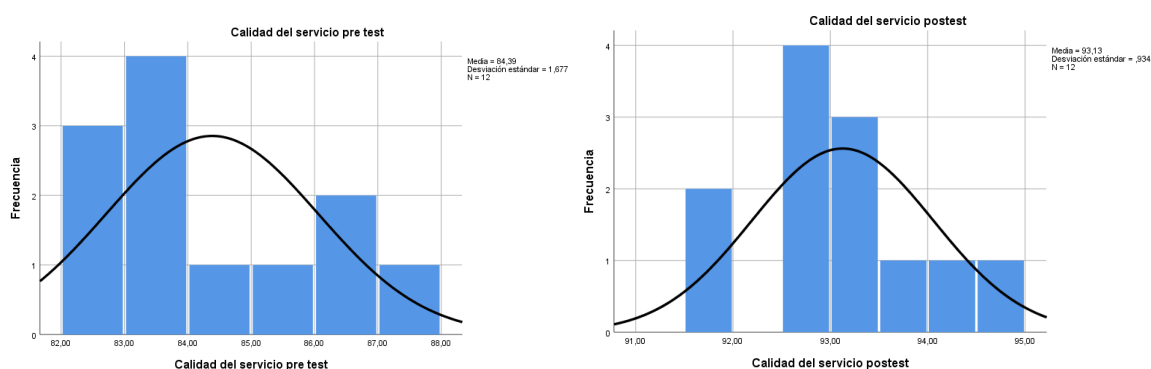


Figura 33. Diagrama de frecuencia de la calidad del servicio pre y pos test

Fuente: SPSS versión 24

En la figura se tiene los diagramas de frecuencia de calidad del servicio pre test y pos test en los que se observa que los datos muestran una distribución normal.

4.2 Análisis inferencial

Se realizó el análisis de los datos de la variable satisfacción del cliente y sus dimensiones rendimiento del servicio y calidad del servicio, antes y después a través del software SPSS versión 24, para comprobar si los datos son paramétricos o no paramétricos con la finalidad de realizar luego, la prueba de hipótesis.

4.2.1 Variable satisfacción del cliente

Prueba de normalidad

Dado que los datos son menores que 30, se aplicó la prueba Shapiro Wilk

Tabla 19. Prueba de normalidad de la variable satisfacción del cliente

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente pre test	,179	12	,200*	,911	12	,219
Satisfacción del cliente pos test	,119	12	,200*	,974	12	,947

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

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene que la significancia de la variable satisfacción del cliente pre test y pos test, resultaron mayor que 0.05 respectivamente, por lo que de acuerdo a la regla de decisión se comprueba que los datos de la variable tienen un comportamiento normal y son paramétricos, en tal sentido se realiza la contrastación de hipótesis con la prueba "T-student".

Prueba de hipótesis

Ho: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones no mejora significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020.

Hi: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020.

Tabla 20. Estadística de datos descriptivos de la variable satisfacción del cliente

Estadísticas de muestras emparejadas					
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	Satisfacción del cliente pre test	69,3083	12	3,70906	1,07071
	Satisfacción del cliente postest	75,9742	12	2,23440	,64502

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene que el valor de la media de la satisfacción del cliente pre test resultó 69.30% siendo menor que la satisfacción del cliente logrado después cuya media es de 75.97%, logrando un incremento significativo en la satisfacción del cliente en la empresa SCC, siendo válido la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 21. Prueba T-student de la variable satisfacción del cliente

Prueba de muestras emparejadas								
Diferencias emparejadas								
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
				Inferior	Superior			
Satisfacción del cliente pre test	6,66583	3,16997	,91509	4,65173	8,67994	7,284	11	,000
Satisfacción del cliente postest								

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene que la significancia según la prueba “T-student” aplicada a la satisfacción del cliente antes y después posee un valor de 0,000, tal que se rechaza la hipótesis nula y se afirma: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020.

4.2.2 Dimensión rendimiento del servicio

Se procede a identificar el comportamiento de los datos del rendimiento del servicio manera comparada.

Prueba de normalidad

Dado que los datos procesados son menores de 30 se procede con el estadígrafo Shapiro Wilk

Tabla 22. Prueba de normalidad de la dimensión rendimiento del servicio

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Rendimiento del servicio pre test	,176	12	,200*	,951	12	,645
Rendimiento del servicio postest	,154	12	,200*	,962	12	,808

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

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene que la significancia de la dimensión rendimiento del servicio pre y post test, resultaron mayor que 0.05 respectivamente, por lo que de acuerdo con la regla de decisión se comprueba que los datos de la dimensión tienen un comportamiento normal y son paramétricos, en tal sentido se efectúa para la contratación de hipótesis la prueba "T-student".

Prueba de hipótesis

Ho: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones no mejora significativamente el rendimiento del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

Hi: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente el rendimiento del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

Tabla 23. Estadística de datos descriptivos de la dimensión rendimiento del servicio

		Estadísticas de muestras emparejadas			
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	Rendimiento del servicio pre test	82,5342	12	2,69140	,77694
	Rendimiento del servicio postest	86,8883	12	2,55654	,73801

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla 23 se tiene que el valor de la media del rendimiento del servicio pre test resultó 82.53% siendo menor que el rendimiento del servicio alcanzado después de la gestión de procesos cuya media es de 86.88%, logrando un incremento significativo en el rendimiento del servicio en la empresa SCC. Siendo válido la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 24. Prueba T-student de la dimensión rendimiento del servicio

		Prueba de muestras emparejadas							
		Diferencias emparejadas					t	gl	Sig. (bilateral)
		Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior	Superior			
Rendimiento del servicio pre test		4,35417	1,78246	,51455	3,22164	5,48669	8,462	11	,000
Rendimiento del servicio postest									

Fuente: Propia con SPSS versión 24

En la tabla se tiene que la significancia según la prueba “T-student” aplicada al rendimiento del servicio pre test y pos test posee un valor de 0,000, tal que se rechaza la hipótesis nula y se afirma: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente el rendimiento del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

4.2.3 Dimensión calidad del servicio

Prueba de normalidad

Se realizó la prueba de normalidad según Shapiro Wilk por que la cantidad de datos son menores a 30.

Tabla 25. Prueba de normalidad de la dimensión calidad del servicio

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del servicio pre test	,186	12	,200*	,883	12	,095
Calidad del servicio postest	,138	12	,200*	,960	12	,791

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

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Propia con SPSS versión 24

En la tabla se tiene que la significancia de la dimensión calidad del servicio pre y pos test, resultaron mayor que 0.05 respectivamente, por lo que de acuerdo a la regla de decisión se comprueba que los datos de la dimensión tienen un comportamiento normal y son paramétricos, por lo que se efectúa para la contratación de hipótesis la prueba “T-student”.

Prueba de hipótesis

Ho: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones no mejora significativamente la calidad del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

Hi: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la calidad del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

Tabla 26. Estadística de datos descriptivos de la dimensión calidad del servicio

Estadísticas de muestras emparejadas					
		Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Par 1	Calidad del servicio pre test	84,3850	12	1,67709	,48413
	Calidad del servicio postest	93,1258	12	,93432	,26971

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla se tiene que el valor de la media de la calidad del servicio pre test resultó 84.38% siendo menor que la calidad del servicio alcanzada después de la gestión de procesos cuya media fue de 93.12%, logrando un incremento significativo en la calidad del servicio en la empresa SCC. Siendo válido la hipótesis planteada por el investigador.

Tabla 27. Prueba T-student de la dimensión calidad del servicio

	Prueba de muestras emparejadas							Sig. (bilateral)
	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	
				Inferior	Superior			
Calidad del servicio pre test	8,74083	1,96979	,56863	7,48929	9,99238	15,372	11	,000
Calidad del servicio postest								

Fuente: SPSS versión 24

En la tabla, se tiene que la significancia según la prueba “T-student” aplicada a la calidad del servicio pre test y pos test posee un valor de 0,000, tal que se rechaza la hipótesis nula y se afirma: La implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la calidad del servicio, empresa SCC, Lima 2020.

V. DISCUSIÓN

Después de la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejorando la satisfacción del cliente, en la empresa SCC se pudo concretar el logro del cumplimiento de hipótesis planteados en la presente investigación, mejorando el rendimiento del servicio y calidad del servicio que tienen impacto en la satisfacción del cliente.

Correspondiente a la hipótesis general, se tuvo que la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020, en la tabla 20 respecto a la satisfacción del cliente se incrementó en el área de operaciones tal que antes de la mejora la media obtenida fue de 69.30 % y después de la mejora resultó 75.97%, resultando un incremento de 6.66 %. Este resultado logrado se reafirma con la investigación de Orozco (2015), cuyo objetivo principal fue identificar las principales causas de las deficiencias del proceso de atención al usuario final de Call center técnico de Atento Perú, tal que logró reducir el tiempo medio de operación a 396 segundos, el tiempo de espera a 12 segundos y llamadas abandonadas al 7.7%.

Respecto a la hipótesis específica 1, se tuvo que la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente el rendimiento del servicio al cliente, empresa SCC, Lima 2020, en la tabla 23 respecto al rendimiento del servicio se comprueba el incremento ya que la media antes de la mejora fue 82.53 % y la media después de la mejora fue de 86.88%, cuyo incremento resultó siendo 4.35%. El logro obtenido se reafirma con la investigación de Torres (2015), cuyo objetivo fue evaluar los procesos que lo componen determinando la eficiencia de sus actividades y las causas de demoras que incurre el incumplimiento con el cliente, logrando que con el estudio se disminuya en 6% de las llamadas reiteradas generando un nivel de satisfacción dentro del margen permitido.

Respecto a la hipótesis específica 2, se tuvo que la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la calidad del servicio al cliente, empresa SCC, Lima 2020, en la tabla 26 en referencia a calidad del servicio se comprueba el incremento de la calidad del servicio en el área de operaciones siendo la media antes de la mejora de 84.38% y después de la mejora resultó 93.12 %, siendo el incremento de 8.74 %. El logro obtenido se reafirma con la investigación de Rojas y Ortiz (2016), cuyo objetivo fue diseñar un modelo de procesos para mejorar el Servicio de Atención al Cliente en las empresas del Sector Servicios de Telecomunicaciones. En el estudio comprobó la mejora de los procesos y la satisfacción de los clientes, en un promedio de 56.66%.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye respecto al objetivo general se logró determinar que la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la satisfacción del cliente, empresa SCC, Lima 2020, ya que tuvo mejoras significativas en la atención a los clientes. En tal sentido se logró incrementar la satisfacción del cliente. Al respecto se logró incrementar la satisfacción del cliente dado que antes de la mejora se tuvo un 69.30% y luego de implementar la gestión de procesos fue de 75.97%, con lo que se logró un incremento significativo de 6.66 % en el área de operaciones de la empresa SCC.

También se concluye según el objetivo específico 1, se logró determinar la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente el rendimiento del servicio, empresa SCC, Lima 2020, ya que se tuvo mejoras en el servicio a los clientes cuya diferencia es significativa ya que antes de la implementación de la gestión de procesos se tuvo rendimiento del servicio de 82.53% y después de la aplicación fue de 86.88%, siendo un incremento efectivo de 4.35% comprobando que el servicio se dinamizó en el área de operaciones de la empresa SCC.

Finalmente, se concluye según el objetivo específico 2, se logró determinar la implementación de la gestión de procesos en el área de operaciones mejora significativamente la calidad del servicio, empresa SCC, Lima 2020, tal que se logró mejoras en el servicio tal que antes de la aplicación de la gestión de procesos la calidad del servicio fue de 84.38% y luego de la implementación fue de 93.12%, siendo el incremento de 8.74%, siendo importante comprobando que la calidad del servicio se incrementó en la empresa SCC.

VII. RECOMENDACIONES

Al término de la investigación se propone sugerencias que sirvan para futuras investigaciones que aporten otras mejoras en bien la empresa SCC.

Es preciso mejorar la satisfacción del cliente en el área de operaciones realizando más capacitaciones al personal en especial a los que se incorporan ya que se requiere mejor conocimiento en los procesos del servicio a los clientes y establecer estándares de procesos de tal manera que no se vean afectados los clientes a los que se les debe brindar una atención oportuna.

Respecto al rendimiento del servicio se requiere poner énfasis en la atención de llamadas ya que se requiere que la gerencia tome acciones en las decisiones del área brindando al personal las herramientas necesarias para dinamizar el servicio y que los tiempos se optimicen de tal manera que se cumplan los tiempos de atención dentro del rango permitido.

Finalmente, respecto a la calidad del servicio es preciso que se mejoren medios de servicio para evitar demoras y problemas de comunicación con los clientes en vista que es preciso dar las facilidades al área para que se garantice un buen servicio y establecer planes y programas de mejora continua con la finalidad de brindar un servicio de calidad.

VIII. REFERENCIAS

- According Weske (2007), *Process management includes concepts, process analysis, methods and techniques to support the design, administration, administration, promulgation or standardization.*
- Alfaro, Gonzales y Piña (2013). *Economía de la empresa. España: Editorial Mac Graw Hill.*
- Agudelo, Fernando (2012). *Gestión por procesos. Medellín: Icontec*
- Aparicio y Sánchez (2015). *Análisis y propuesta de mejora del sistema de producción de una empresa dedicada a la fabricación de muebles.*
- Arbaiza, Lidia. (2014). *Métodos de Investigación – Manuales de Estilo, (1ª ed.). Perú: Lima.*
- Bravo Carrasco, J. (2015). *Gestión de procesos. Santiago, Chile: Evolución S.A.*
- Escrivá, J., Savall, V. & Martínez, A. (2014). *Gestión de compras. (1ra. ed.). España: Editorial McGraw Hill.*
- Gonzales, Carmona y Rivas (2007). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. Instituto andaluz de tecnología, España.*
- Puma (2017). *Propuesta de mejora de gestión por procesos del call center de servicios de Diners Club en Quito.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación (6ª ed.). México: McGraw – Hill.*
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.*
- Maldonado, J. (2015). *Cultura de servicio al cliente.*
- Méndez (2011). *Metodología de la investigación. (4ª ed.). México: Editorial Limusa*
- Mora, L. (2012). *Indicadores de gestión logística.*

- Pérez Fernández de Velasco, J. A. (2014). *Gestión por proceso* (4ta ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Sosa, Demetrio (2012). *Conceptos y herramientas para la mejora continua*. (2ª ed.). México: Librería Limusa Q
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cualitativa cuantitativa y mixta*. (2da ed.). Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Valderrama, S. (2015). Pasos para la elaboración de proyectos de investigación científica, Cuantitativa, Cualitativa y Mixta, (2º ed.). Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Gonzales Manrique (2018). *Diseño de procesos para mejorar la calidad del servicio al cliente en el área de Call Center en el grupo Multiservis, 2017*.
- Collantes Romaní, M. A. (2018). Gestión de procesos para mejorar el servicio al cliente en la Empresa Team “A” Consulting SAC (Tesis Parcial).
- Camargo y Nícolas (2017). La implementación de la gestión por procesos y su influencia en los proyectos informáticos en una empresa de telecomunicaciones.
- Asencios y Huamán (2018). Implementación de gestión por procesos para mejorar la atención del cliente en el servicio de emergencia de la clínica San Pablo S.A.C. Huaraz, 2018.
- Caballero (2018). La relación entre la gestión por procesos y la calidad del servicio al cliente en Konecta BTO, Callao, 2018.
- Orozco (2015). Propuesta de mejora en los procesos del área de call center técnico de una empresa de telecomunicaciones.
- Maldonado, J. (2018). *Gestión de procesos*.
- Hernández, C. (2015). La calidad de servicio percibida por clientes de un call center (centro de llamadas) en una empresa embotelladora de bebidas, Guatemala. Ciudad de Guatemala.
- Denton (2011). Propuesta de la mejora del servicio al cliente de la empresa Insysred en el cantón Durán.

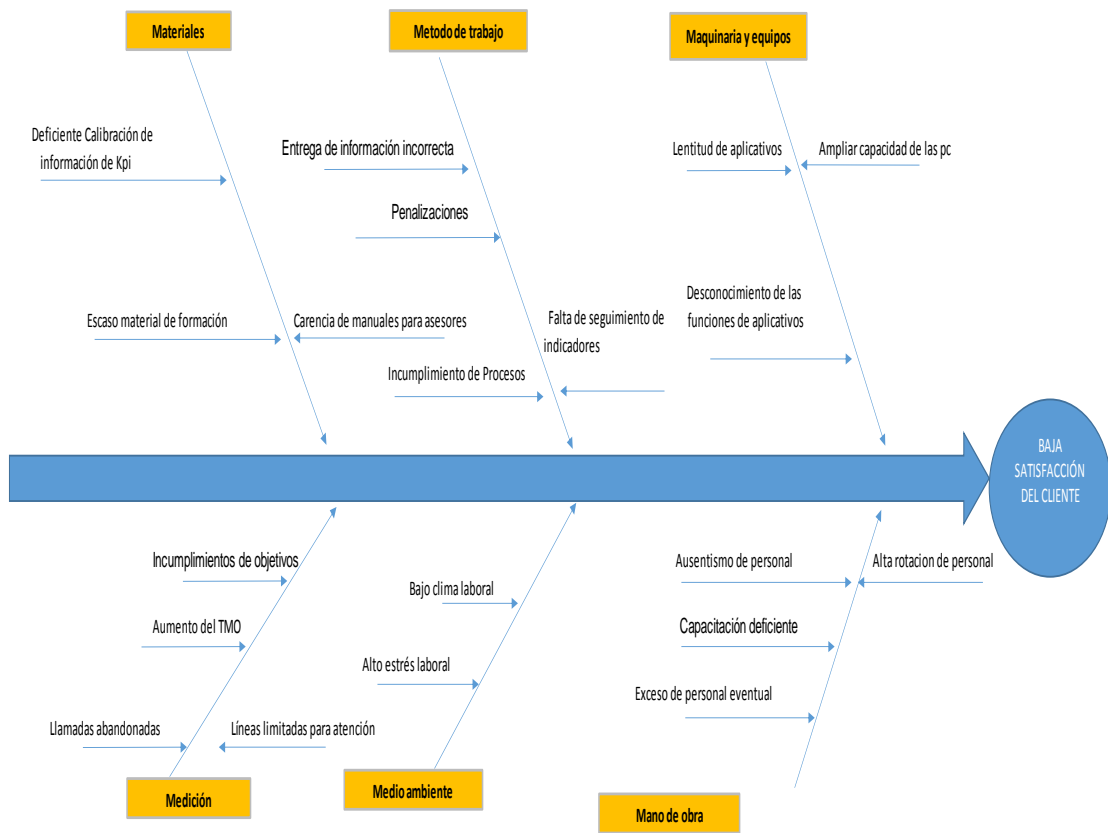
- Berna (2015). *Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente. Universidad Militar Nueva Granada.*
- Rosales (2018). *Evaluación de la calidad de los procesos de atención y servicio al cliente en el Área del Contact Center de la Empresa Plasticaucho Industrial SA. – ecuador*
- Córdoba (2003). *Estadística descriptiva e inferencial. 5ta. Edición. Perú. Editorial Moshera SRL. ISBN: 9972-813-05-3*
- Mazia (2001). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente. Ediciones Granica SA.*
- Kotler (2013), *Fundamentos de Marketing. Ediciones. décima primera edición Prentice hall. México*
- Grande (2011). *Marketing de los negocios. ESIC Editorial España.*
- Junta y León (2004). *Guía para la Gestión por procesos. España.*
- Tavira y Estrada (2015). *Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. Ciencia y sociedad.*
- Fuentes, Torres y Peña (2014). *La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos. Ciencias Holguín*
- Hitpass (2012). *Business Process Management Fundamentos y Conceptos de Implementación. Santiago de Chile: BHH.*
- Martínez (2012). *Propuesta integral de un modelo de gestión por procesos de negocio. México.*
- Rojas y Ortiz (2016). *Modelo de procesos para mejorar el servicio de atención al cliente en las empresas del sector servicios de telecomunicaciones de la ciudad de Trujillo 2016.*
- Rodríguez, Alpuin (2014). *La Gestión por Procesos.*
- Lucio y Sayenka (2018). *Propuesta de mejora continua de procesos en el Contact Center de la empresa IIASA Caterpillar.*
- Ferruzola y Beltrán (2017). *Propuesta tecnológica para el desarrollo de una aplicación de gestión de pre-venta en call center business, Ciudad Guayaquil.*

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VI. GESTION DE PROCESOS	Según Bravo (2014) define que: "La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización" (p. 31).	La gestión de procesos se mide a través de los indicadores de las dimensiones para lo cual se recolecta la información del área de operaciones mediante las fichas respectivas	Representar procesos	Procesos operativos	Razón
			Controlar procesos	Inspecciones	
			Mejorar procesos	Acciones correctivas	
VD. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Maldonado (2015), menciona que "La satisfacción es una valoración emocional y personal de carácter subjetivo, es un juicio posterior a la adquisición y un proceso comparativo entre la experiencia subjetiva en base a una referencia inicial. (p.130)	Para evaluar la satisfacción se utilizó los indicadores de las dimensiones recolectando en las fichas de datos de manera cuantitativa	Rendimiento del servicio	Nivel de servicio	Razón
			Calidad del servicio	Nivel de calidad	

Anexo 2. Diagrama de Ishikawa



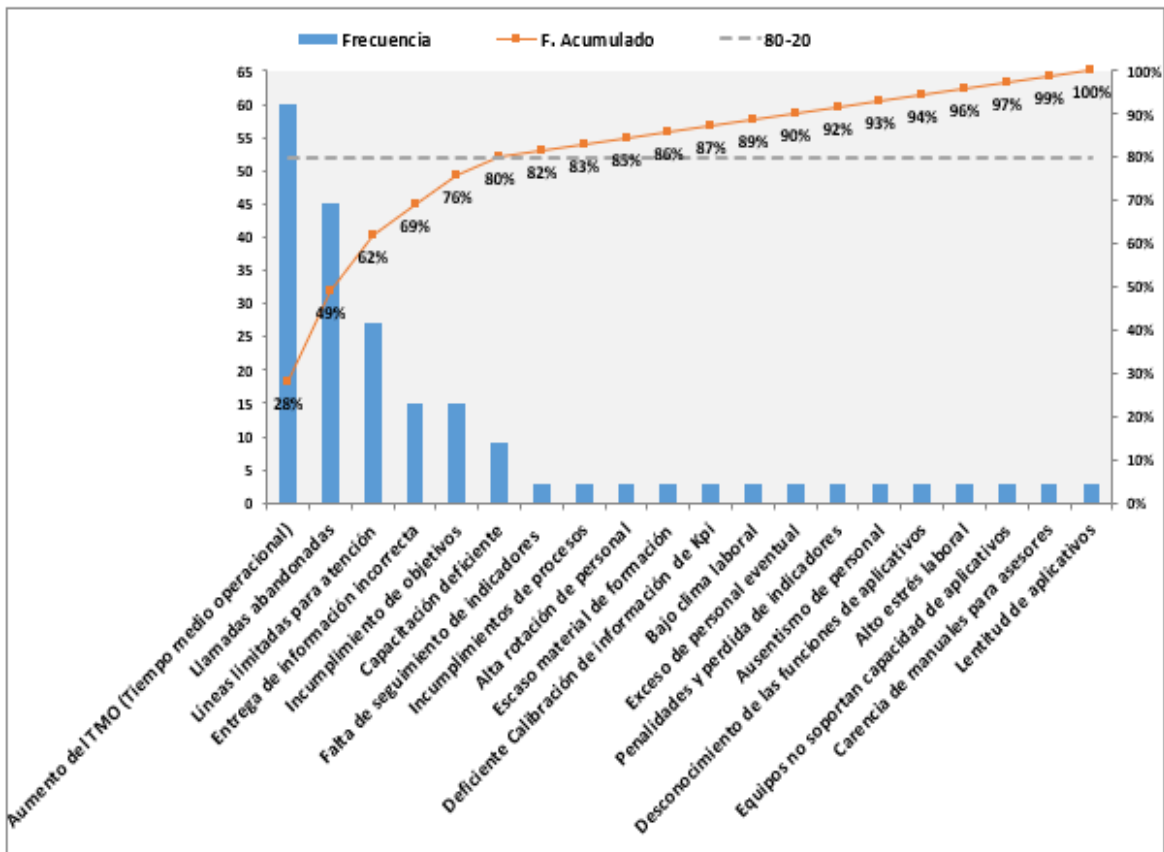
Se tiene las causas que ocasionan una baja satisfacción del cliente los cuales generan insatisfacción en la empresa, lo que amerita una mejora en los procesos que permitan revertir esta problemática considerando la importancia que tienen los clientes para la empresa en estudio.

Anexo 3. Análisis de las causas principales

Causa	Frecuencia	Impacto	Frecuencia	F. Acumulado	80-20
Aumento del TMO (Tiempo medio operacional)	5	12	60	28%	80%
Llamadas abandonadas	5	9	45	49%	80%
Líneas limitadas para atención	3	9	27	62%	80%
Entrega de información incorrecta	3	5	15	69%	80%
Incumplimiento de objetivos	3	5	15	76%	80%
Capacitación deficiente	3	3	9	80%	80%
Falta de seguimiento de indicadores	1	3	3	82%	80%
Incumplimientos de procesos	1	3	3	83%	80%
Alta rotación de personal	1	3	3	85%	80%
Escaso material de formación	1	3	3	86%	80%
Deficiente Calibración de información de Kpi	1	3	3	87%	80%
Bajo clima laboral	1	3	3	89%	80%
Exceso de personal eventual	1	3	3	90%	80%
Penalizaciones y pérdida de indicadores	1	3	3	92%	80%
Ausentismo de personal	1	3	3	93%	80%
Desconocimiento de las funciones de aplicativos	1	3	3	94%	80%
Alto estrés laboral	1	3	3	96%	80%
Equipos no soportan capacidad de aplicativos	1	3	3	97%	80%
Carencia de manuales para asesores	1	3	3	99%	80%
Lentitud de aplicativos	1	3	3	100%	80%

Se observa las causas principales con sus valores que determinan los objetos de estudio de la investigación.

Anexo 4. Diagrama de Pareto



Se observa seis causas principales que están originando el 80% con mayor frecuencia, son los que tienen mayor incidencia en la problemática de la empresa, los cuales es preciso dar solución debido a que son ellos los que impactan en la insatisfacción al cliente. Así mismo tienen un impacto en la atención de los clientes en tiempo de labor, en esos términos tendremos resultados favorables en la empresa una vez identificados.

Anexo 5. Frecuencias de impacto

Cuadro N°1

Numeros de frecuencia

Frecuencia	Impacto	
	Muy alto	12
Muy frecuente	5 Alto	9
Frecuente	3 Medio	5
Poco frecuente	1 Bajo	3

Se tiene la tabla de las causas que generan inconvenientes en el servicio que genera baja satisfacción de los clientes, tal que se observa que se tiene causas de mayor relevancia con mayor efecto adverso a la empresa lo que precisa su atención oportuna en la empresa.

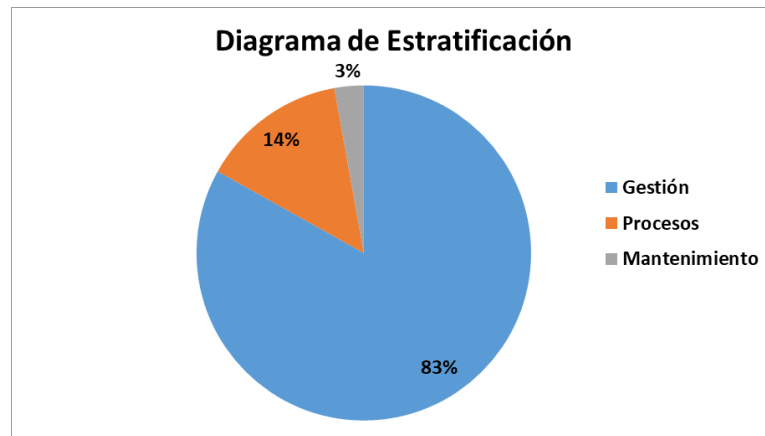
Los procesos se desarrollan para la satisfacción del cliente, lo cual no está sucediendo, y el principal problema de la Empresa, ya que, el usuario final no se encuentra conforme.

Anexo 6. Tabla de causas

Causas de la baja satisfacción del cliente	Frecuencia	Área
Aumento del TMO (Tiempo medio operacional)	60	Gestión
Líneas limitadas para atención	27	
Alta rotación de personal	3	
Deficiente Calibración de información de Kpi	3	
Llamadas abandonadas	45	
Escaso material de formación	3	
Incumplimiento de objetivos	15	
Bajo clima laboral	3	
Exceso de personal eventual	3	
Penalizaciones y pérdida de indicadores	3	
Ausentismo de personal	3	
Alto estrés laboral	3	
Equipos no soportan capacidad de aplicativos	3	
Carencia de manuales para asesores	3	
Capacitación deficiente	9	
Entrega de información incorrecta	15	
Incumplimientos de procesos	3	
Falta de seguimiento de indicadores	3	Mantenimiento
Desconocimiento de las funciones de aplicativos	3	
Lentitud de aplicativos	3	

En la tabla se tiene las causas que generan los inconvenientes relacionadas con el área de gestión, procesos y mantenimiento, observando que es más relevante resolver en la empresa la problemática relacionada con la gestión, con fines de mejorar la satisfacción de los clientes.

Anexo 7. Diagrama de estratificación



En la figura se tiene el diagrama de estratificación en la cual se observa que la gestión de procesos es la más relevante que nos deberíamos concentrar y que es objeto de estudio de la presente investigación.

Anexo 8. Validación de los instrumentos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
IMPLEMENTACION DE LA GESTION DE PROCESOS EN EL AREA DE OPERACIONES PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE, EMPRESA SCC, LIMA 2019

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias	
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Procesos						
1	DIMENSION 1: Representar procesos Procesos operativos- PC x100 PP	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	PC: Procesos cumplidos PP: Procesos programados					
2	DIMENSION 2: Controlar procesos Inspecciones- IC x100 IP	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	IC: inspecciones cumplidas IP: Inspecciones programadas					
3	DIMENSION 3: Mejorar procesos Acciones correctivas- AC x100 TAC	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	AC: Acciones correctivas efectuadas TAC: Total acciones correctivas					
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente						
1	DIMENSION 1: Rendimiento del servicio Nivel servicio- LLA-20 x100 LLR	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	LLA: Llamadas atendidas LLR: Llamadas recibidas					
2	DIMENSION 2: Calidad del servicio Nivel de calidad- Calidad objetivo x100 Calidad real	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay Suficiencia Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./Mg: Edis Justa Ypeti DNI: 07423431
 Especialidad del validador: Psicología

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima, 02 de Diciembre del 2019

Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
 IMPLEMENTACION DE LA GESTION DE PROCESOS EN EL ÁREA DE OPERACIONES PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EMPRESA SCC, LIMA 2019**

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Procesos					
1	DIMENSIÓN 1: Representar procesos Procesos operativos = PC x 100 PP	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	
2	DIMENSIÓN 2: Controlar procesos Inspecciones = IC x 100 IP	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	
3	DIMENSIÓN 3: Mejorar procesos Acciones correctivas = ACE x 100 TAC	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente					
1	DIMENSIÓN 1: Rendimiento del servicio Nivel servicio = LLA x 20 x 100 LLR	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	
2	DIMENSIÓN 2: Calidad del servicio Nivel de calidad = Calidad objetivo x 100 Calidad real	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí / No	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay suficiencia Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Ma: Rafael David Baeza Tablo DNI: 41071324
 Especialidad del validador: ANÁLISIS INSTRUMENTAL

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Lima, de del 2019

 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
IMPLEMENTACION DE LA GESTION DE PROCESOS EN EL AREA DE OPERACIONES PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE, EMPRESA SCC, LIMA 2019**

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Procesos								
1	DIMENSION 1: Representar procesos Procesos operativos ⁴ - PC x100 PP	SI	No	SI	No	SI	No	
	PC: Procesos cumplidos PP: Procesos programados							
2	DIMENSION 2: Controlar procesos Inspecciones ⁵ - IC x100 IP	SI	No	SI	No	SI	No	
	IC: inspecciones cumplidas IP: Inspecciones programadas							
3	DIMENSION 3: Mejorar procesos Acciones correctivas ⁶ - ACE x100 TAC	SI	No	SI	No	SI	No	
	ACE: Acciones correctivas efectuadas TAC: Total acciones correctivas							
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente								
1	DIMENSION 1: Rendimiento del servicio Nivel servicio ⁷ - LLA: 20 x100 LLR	SI	No	SI	No	SI	No	
	LLA: Llamadas atendidas LLR: Llamadas recibidas							
2	DIMENSION 2: Calidad del servicio Nivel de calidad - Calidad objetivo x100 Calidad real	SI	No	SI	No	SI	No	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable


Apellidos y nombres del juez validador, Dr. / Mg. Ing. Acosta Linares, Aldo Alca DNI: 41609059
Especialidad del validador: INGENIERO EN GERENCIA DE PROCESOS

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Lima, Cl. de DIAGNOSIS del 2019


Firma del Experto Informante.

Anexo 9. Instrumentos de instrucciones para su uso.

 <small>Servicios Call Center del Perú</small>	HOJA DE REGISTRO DE SATISFACCION DEL CLIENTE			Edición	OPE-VS-06
				Fecha	2/12/2019
FECHA	7/12/2019				
ÁREA	Operaciones				
CARGO	Analista de operaciones y control				
HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06					
HOJA REGISTRO DE SATISFACCION DEL CLIENTE					
<p>Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:</p> <p>Para el presente fomato, servira tener información de satisfaccion del cliente con respecto al servicio de atc.</p>					
A	B	C	D	E	
Semanas	Fecha		Cliente satisfecho	Total de encuestas	IVR Satisfacción del cliente
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	164	232	70.69%
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	164	227	72.25%
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	169	233	72.53%
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	206	291	70.79%
SEPTIEMBRE					71.56%
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	152	222	68.47%
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	155	223	69.51%
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	129	212	60.85%
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	201	313	64.22%
OCTUBRE					65.76%
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	173	255	67.84%
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	156	225	69.33%
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	171	230	74.35%
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	219	309	70.87%
NOVIEMBRE					70.60%
Registro de verificación					
Revisado por:	LUIS FERMIN NOA CHELIN				
Observaciones					
No hubieron observaciones					
<p>LETRA A Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.</p> <p>LETRA B Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.</p> <p>LETRA C Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.</p> <p>LETRA D Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.</p> <p>LETRA E Se coloca el indicador IVR satisfacción del cliente.</p> <p>Cálculo se realiza con la siguiente fórmula $\text{IVR Satisfacción del cliente} = \frac{\text{Cliente satisfecho} \times 100}{\text{Total de encuestas}}$ </p> <p>Registro de verificación Se coloca el nombre quien realiza el registro.</p> <p>Observaciones: Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.</p>					



HOJA DE REGISTRO DE SATISFACCION DEL CLIENTE	Edición	OPE-VS-06
	Fecha	2/12/2019

FECHA	2/03/2020
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Cliente satisfecho	Total de encuestas	IVR Satisfacción del cliente
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	178.00	239.00	74.48%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	178.00	234.00	76.07%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	183.00	240.00	76.25%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	224.00	300.00	74.67%
ENERO					75.37%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	177.00	229.00	77.29%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	181.00	230.00	78.70%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	162.00	219.00	73.97%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	191.00	255.00	74.90%
FEBRERO					76.22%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	189.00	262.00	72.14%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	178.00	232.00	76.72%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	191.00	237.00	80.59%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	271.00	357.00	75.91%
MARZO					76.34%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06
HOJA REGISTRO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servira tener información de satisfaccion del cliente con respecto al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca el indicador IVR satisfacción del cliente

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{IVR Satisfacción del cliente} = \frac{\text{Cliente satisfecho} \times 100}{\text{Total de encuestas}}$$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE NIVELES DE CALIDAD	Edición	OPE-VS-06
	Fecha	2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Calidad objetivo	Calidad real	Nivel de Calidad
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	40.63	49.00	82.93%
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	41.13	49.00	83.95%
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	42.49	49.00	86.71%
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	41.43	49.00	84.56%
SEPTIEMBRE					84.53%
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	41.80	49.00	85.31%
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	40.83	49.00	83.33%
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	42.70	49.00	87.14%
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	40.61	49.00	82.87%
OCTUBRE					84.66%
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	40.37	49.00	82.38%
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	40.97	49.00	83.61%
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	42.47	49.00	86.67%
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	40.75	49.00	83.16%
NOVIEMBRE					83.95%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DEL NIVEL DE CALIDAD

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servira tener información historica del nivel de calidad con respecto al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la calidad objetivo dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca la calidad real obtenida dentro de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca los Nivel de calidad de los resultados obtenidos de las calidad objetivo / calidad real.

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{Nivel de calidad} = \frac{\text{Calidad objetivo}}{\text{Calidad real}} \times 100$$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE NIVELES DE CALIDAD	Edición	OPE-VS-06
	Fecha	2/12/2019

FECHA	2/03/2020
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Calidad objetivo	Calidad real	Nivel de Calidad
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	45.50	49.00	92.86%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	46.30	49.00	94.49%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	45.77	49.00	93.40%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	45.87	49.00	93.61%
ENERO					93.59%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	45.37	49.00	92.59%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	45.50	49.00	92.86%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	45.60	49.00	93.06%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	46.46	49.00	94.83%
FEBRERO					93.33%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	45.80	49.00	93.47%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	44.87	49.00	91.56%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	45.50	49.00	92.86%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	45.04	49.00	91.92%
MARZO					92.45%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DEL NIVEL DE CALIDAD

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servira tener información historica del nivel de calidad con respecto al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la calidad objetivo dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca la calidad real obtenida dentro de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca los Nivel de calidad de los resultados obtenidos de las calidad objetvo / calidad real.

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula
Nivel de calidad= $\frac{\text{Calidad objetivo}}{\text{Calidad real}} \times 100$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



Servicios Call Center del Perú

HOJA DE REGISTRO DE LOS NIVELES DE SERVICIO			Edición	OPE-VS-06	HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06 HOJA RE REGISTRO DE NIVEL DE SERVICIO	
			Fecha	2/12/2019		
FECHA	7/12/2019				Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos: Para el presente fomato, servira tener información historica de los niveles de servicio dentro de un periodo de tiempo, de todas las llamas atendidas vs la recibidas de los servicios de atc.	
ÁREA	Operaciones					
CARGO	Analista de operaciones y control					
A	B		C	D	E	
Semanas	Fecha		Llamadas atendidas	Llamadas recibidas	Nivel de servicio	LETRA A
	Inicio	Fin				Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	24874	29662	83.86%	
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	26518	30410	87.20%	LETRA B
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	21194	26696	79.39%	Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	25329	30859	82.08%	
SEPTIEMBRE					83.13%	LETRA C
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	24304	29489	82.42%	Se coloca la cantidad de llamadas atendidas de un periodo determinado.
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	20356	25810	78.87%	
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	25424	30013	84.71%	LETRA D
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	31257	36943	84.61%	Se coloca la cantidad de llamadas recibidas de un periodo determinado.
OCTUBRE					82.65%	
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	26535	32512	81.62%	LETRA E
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	22225	28456	78.10%	Se coloca los niveles de servicio de los resultados obtenidos de las llamadas atendidas vs las llamadas recibidas.
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	27715	33089	83.76%	
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	34126	40730	83.79%	
NOVIEMBRE					81.82%	
Registro de verificación						
Revisado por:	LUIS FERMIN NOA CHELIN					Cálculo se realiza con la siguiente fórmula Nivel de servicio = $\frac{\text{Llamadas atendidas}}{\text{Llamadas recibidas}} \times 100$
Observaciones						
No hubieron observaciones						Registro de verificación Se coloca el nombre quien realiza el registro. Observaciones: Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE LOS NIVELES DE SERVICIO

Edición OPE-VS-06
Fecha 2/12/2019

FECHA 2/03/2020
ÁREA Operaciones
CARGO Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Llamadas atendidas	Llamadas recibidas	Nivel de servicio
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	27553	30997	88.89%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	29374	31778	92.43%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	23477	27897	84.15%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	31718	36010	88.08%
ENERO					88.39%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	26541	30816	86.13%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	22229	26971	82.42%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	27763	31364	88.52%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	31928	36305	87.95%
FEBRERO					86.25%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	29329	33975	86.33%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	25701	29736	86.43%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	29463	34578	85.21%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	38636	44862	86.12%
MARZO					86.02%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA RE REGISTRO DEL NIVEL DE SERVICIO

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:
Para el presente formato, servira tener información historica de los niveles de servicio dentro de un periodo de tiempo, de todas las llamadas atendidas vs la recibidas de los servicios de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la cantidad de llamadas atendidas de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca la cantidad de llamadas recibidas de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca los niveles de servicio de los resultados obtenidos de las llamadas atendidas vs las llamadas recibidas.

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula
Nivel de servicio = $\frac{\text{Llamadas atendidas}}{\text{Llamadas recibidas}} \times 100$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE PROCESOS OPERATIVOS		Edición	OPE-VS-06	HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06	
		Fecha	2/12/2019	HOJA REGISTRO DE PROCESOS OPERATIVOS	
FECHA	7/12/2019			Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:	
ÁREA	Operaciones			Para el presente fomato, servirá tener información de los procesos operativos relacionados al servicio de atc.	
CARGO	Analista de operaciones y control				
A	B	C	D	E	
Semanas	Fecha Inicio Fin		Procesos cumplidos	Procesos programados	Procesos cumplidos / Procesos programados
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	22	34	64.71%
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	3	4	75.00%
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	13	19	68.42%
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	22	29	75.86%
SEPTIEMBRE					71.00%
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	19	25	76.00%
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	16	20	80.00%
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	17	24	70.83%
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	18	25	72.00%
OCTUBRE					74.71%
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	10	18	55.56%
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	10	13	76.92%
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	18	24	75.00%
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	15	19	78.95%
NOVIEMBRE					71.61%
Registro de verificación					
Revisado por:	LUIS FERMIN NOA CHELIN				
Observaciones					
No hubieron observaciones					

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servirá tener información de los procesos operativos relacionados al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca el indicador de los resultados obtenidos procesos cumplidos / procesos programados

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{Proceso operativo} = \frac{\text{Procesos cumplidos}}{\text{Procesos programados}} \times 100$$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE PROCESOS OPERATIVOS

Edición	OPE-VS-06
Fecha	2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Procesos cumplidos	Procesos programados	Procesos cumplidos / Procesos programados
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	26	34	76.47%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	24	28	85.71%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	25	31	80.65%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	39	46	84.78%
ENERO					81.90%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	28	35	80.00%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	30	34	88.24%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	29	34	85.29%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	28	35	80.00%
FEBRERO					83.38%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	23	29	79.31%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	27	32	84.38%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	24	32	75.00%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	34	40	85.00%
MARZO					80.92%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DE PROCESOS OPERATIVOS

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:
 Para el presente fomato, servirá tener información de los procesos operativos relacionados al servicio de atc.

- LETRA A**
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.
- LETRA B**
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.
- LETRA C**
Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.
- LETRA D**
Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.
- LETRA E**
Se coloca el indicador de los resultados obtenidos procesos cumplidos / procesos programados
- Cálculo se realiza con la siguiente fórmula**

$$\text{Proceso operativo} = \frac{\text{Procesos cumplidos}}{\text{Procesos programados}} \times 100$$
- Registro de verificación**
Se coloca el nombre quien realiza el registro.
- Observaciones:**
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE INSPECCIONES

Edición

OPE-VS-06

Fecha

2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Inspecciones cumplidas	Inspecciones programadas	Inspecciones cumplidas / Inspecciones
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	6	12	50.00%
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	2	4	50.00%
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	4	8	50.00%
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	6	13	46.15%
SEPTIEMBRE					49.04%
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	5	10	50.00%
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	1	5	20.00%
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	5	10	50.00%
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	4	9	44.44%
OCTUBRE					41.11%
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	3	8	37.50%
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	1	5	20.00%
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	4	9	44.44%
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	4	7	57.14%
NOVIEMBRE					39.77%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DE INSPECCIONES

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servirá tener información de las inspecciones relacionados al servicio de atc.

LETRA A

Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B

Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C

Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D

Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E

Se coloca el indicador de los resultados obtenidos Inspecciones cumplidas / Inspecciones programadas

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{Inspecciones} = \frac{\text{Inspecciones cumplidas}}{\text{Inspecciones programadas}} \times 100$$

Registro de verificación

Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:

Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE INSPECCIONES

Edición

OPE-VS-06

Fecha

2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Inspecciones cumplidas	Inspecciones programadas	Inspecciones cumplidas / Inspecciones
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	16	22	72.73%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	22	25	88.00%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	23	28	82.14%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	30	38	78.95%
ENERO					80.45%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	23	27	85.19%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	21	26	80.77%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	22	30	73.33%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	23	30	76.67%
FEBRERO					78.99%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	16	21	76.19%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	16	21	76.19%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	17	23	73.91%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	30	40	75.00%
MARZO					75.32%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DE INSPECCIONES

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servirá tener información de las inspecciones relacionados al servicio de atc.

LETRA A

Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B

Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C

Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D

Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E

Se coloca el indicador de los resultados obtenidos Inspecciones cumplidas / Inspecciones programadas

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{Inspecciones} = \frac{\text{Inspecciones cumplidas}}{\text{Inspecciones programadas}} \times 100$$

Registro de verificación

Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:

Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVA	Edición	OPE-VS-06
	Fecha	2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Acciones correctivas efectuadas	Total acciones correctivas	Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/09/2019	7/09/2019	7	14	50.00%
Semana 2	8/09/2019	14/09/2019	7	8	87.50%
Semana 3	15/09/2019	21/09/2019	3	7	42.86%
Semana 4	22/09/2019	30/09/2019	5	11	45.45%
SEPTIEMBRE					56.45%
Semana 1	1/10/2019	7/10/2019	12	17	70.59%
Semana 2	8/10/2019	14/10/2019	9	13	69.23%
Semana 3	15/10/2019	21/10/2019	9	14	64.29%
Semana 4	22/10/2019	31/10/2019	18	21	85.71%
OCTUBRE					72.45%
Semana 1	1/11/2019	7/11/2019	11	15	73.33%
Semana 2	8/11/2019	14/11/2019	12	15	80.00%
Semana 3	15/11/2019	21/11/2019	9	14	64.29%
Semana 4	22/11/2019	30/11/2019	15	19	78.95%
NOVIEMBRE					74.14%

Registro de verificación

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06
HOJA REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVA

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:
Para el presente formato, servirá tener información de las acciones correctivas relacionados al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca el indicador de los resultados obtenidos Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula
Inspecciones = $\frac{\text{Acciones correctivas efectuadas}}{\text{Total acciones correctivas}} \times 100$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.



HOJA DE REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVA	Edición	OPE-VS-06
	Fecha	2/12/2019

FECHA	7/12/2019
ÁREA	Operaciones
CARGO	Analista de operaciones y control

A	B		C	D	E
Semanas	Fecha		Acciones correctivas efectuadas	Total acciones correctivas	Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas
	Inicio	Fin			
Semana 1	1/01/2019	7/01/2020	15	18	83.33%
Semana 2	8/01/2020	14/01/2020	14	18	77.78%
Semana 3	15/01/2020	21/01/2020	16	19	84.21%
Semana 4	22/01/2020	31/01/2020	16	20	80.00%
ENERO					81.33%
Semana 1	1/02/2020	7/02/2020	14	17	82.35%
Semana 2	8/02/2020	14/02/2020	14	18	77.78%
Semana 3	15/02/2020	21/02/2020	12	16	75.00%
Semana 4	22/02/2020	29/02/2020	14	17	82.35%
FEBRERO					79.37%
Semana 1	1/03/2020	7/03/2020	11	14	78.57%
Semana 2	8/03/2020	14/03/2020	15	19	78.95%
Semana 3	15/03/2020	21/03/2020	13	17	76.47%
Semana 4	22/03/2020	31/03/2020	20	25	80.00%
MARZO					78.50%

Revisado por: LUIS FERMIN NOA CHELIN

Observaciones

No hubieron observaciones

HOJA DE INSTRUCCIONES FORMATO OPE-VS-06

HOJA REGISTRO DE ACCIONES CORRECTIVA

Para el uso del formato OPE-VS-06, se detalla los siguientes pasos:

Para el presente fomato, servirá tener información de las acciones correctivas relacionados al servicio de atc.

LETRA A
Se coloca los periodos por semana para la recolección de datos.

LETRA B
Se coloca las fechas que representa por semana de las gestiones realizadas.

LETRA C
Se coloca la cantidad de clientes satisfechos dentro de un periodo determinado.

LETRA D
Se coloca el total de encuestas de un periodo determinado.

LETRA E
Se coloca el indicador de los resultados obtenidos Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas

Cálculo se realiza con la siguiente fórmula

$$\text{Inspecciones} = \frac{\text{Acciones correctivas efectuadas}}{\text{Total acciones correctivas}} \times 100$$

Registro de verificación
Se coloca el nombre quien realiza el registro.

Observaciones:
Se coloca alguna información adicional encontrada en la recolección de datos.

Anexo 10. Base de datos de las llamadas de atención al cliente.

FECHA	PROYECCION	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
domingo/01/09/2019	2171	1824	1306	518	00:05:13	00:05:20	2%	71.60%
lunes/02/09/2019	5000	5541	5012	529	00:06:39	00:06:33	-1%	90.45%
martes/03/09/2019	5088	5047	4233	814	00:06:35	00:06:30	-1%	83.87%
miércoles/04/09/2019	4177	3851	3182	669	00:06:40	00:06:00	-10%	82.63%
jueves/05/09/2019	2171	2040	1832	208	00:06:29	00:06:01	-7%	89.80%
viernes/06/09/2019	4842	5752	4296	1456	00:05:24	00:06:37	23%	74.69%
sábado/07/09/2019	4943	5607	5013	594	00:05:20	00:06:24	20%	89.41%
domingo/08/09/2019	4918	6473	5600	873	00:05:25	00:06:16	16%	86.51%
lunes/09/09/2019	4802	5789	5232	557	00:05:16	00:06:30	23%	90.38%
martes/10/09/2019	4886	4551	4243	308	00:05:15	00:06:26	23%	93.23%
miércoles/11/09/2019	4012	3160	2640	520	00:05:18	00:05:07	-3%	83.54%
jueves/12/09/2019	2085	1731	1310	421	00:05:01	00:06:10	23%	75.68%
viernes/13/09/2019	4842	4340	3983	357	00:05:24	00:06:24	19%	91.77%
sábado/14/09/2019	4943	4366	3510	856	00:05:20	00:06:15	17%	80.39%
domingo/15/09/2019	4918	5557	4008	1549	00:05:25	00:06:27	19%	72.13%
lunes/16/09/2019	4802	4721	4233	488	00:05:16	00:06:17	19%	89.66%
martes/17/09/2019	4886	3556	3042	514	00:05:15	00:06:00	14%	85.55%
miércoles/18/09/2019	4012	2254	2115	139	00:05:18	00:05:46	9%	93.83%
jueves/19/09/2019	2085	1465	1145	320	00:05:01	00:05:41	13%	78.16%
viernes/20/09/2019	4842	4949	3086	1863	00:05:24	00:05:51	8%	62.36%
sábado/21/09/2019	4943	4194	3565	629	00:05:20	00:06:02	13%	85.00%
domingo/22/09/2019	4918	5113	4390	723	00:05:25	00:06:07	13%	85.86%
lunes/23/09/2019	4802	4138	3431	707	00:05:16	00:06:11	17%	82.91%
martes/24/09/2019	4886	3435	3105	330	00:05:15	00:06:08	17%	90.39%
miércoles/25/09/2019	4012	2715	1883	832	00:05:18	00:05:14	-1%	69.36%
jueves/26/09/2019	2085	1559	1219	340	00:05:01	00:05:37	12%	78.19%
viernes/27/09/2019	4842	3436	3059	377	00:05:24	00:05:51	8%	89.03%
sábado/28/09/2019	4943	3248	2014	1234	00:05:20	00:05:51	10%	62.01%
domingo/29/09/2019	4918	3366	3027	339	00:05:25	00:05:48	7%	89.93%
lunes/30/09/2019	4802	3849	3201	648	00:05:16	00:05:49	10%	83.16%
TOTALES	129573	117627	97915	19712	00:05:28	00:06:06	12%	83.2%

FECHA	PROYECCION	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
martes/01/10/2019	4012	3771	3294	477	00:06:40	0:05:30	-18%	87.35%
miércoles/02/10/2019	2085	1895	1490	405	00:06:29	0:06:05	-6%	78.63%
jueves/03/10/2019	5199	5271	4597	674	00:06:19	0:06:03	-4%	87.21%
viernes/04/10/2019	5308	4706	4158	548	00:06:21	0:05:53	-7%	88.36%
sábado/05/10/2019	5281	4233	3325	908	00:06:16	0:06:07	-2%	78.55%
domingo/06/10/2019	5157	4888	4200	688	00:06:16	0:06:27	3%	85.92%
lunes/07/10/2019	5247	4725	3240	1485	00:06:15	0:06:15	0%	68.57%
martes/08/10/2019	4308	3280	2019	1261	00:06:19	0:05:26	-14%	61.55%
miércoles/09/10/2019	2239	2227	1737	490	00:05:59	0:06:00	0%	78.00%
jueves/10/10/2019	5199	4241	3500	741	00:06:19	0:06:17	-1%	82.53%
viernes/11/10/2019	5308	4074	3209	865	00:06:21	0:06:05	-4%	78.77%
sábado/12/10/2019	5281	3657	3240	417	00:06:16	0:05:52	-6%	88.60%
domingo/13/10/2019	5157	4142	3154	988	00:06:16	0:06:30	4%	76.15%
lunes/14/10/2019	5247	4189	3497	692	00:06:15	0:06:14	0%	83.48%
martes/15/10/2019	4308	3481	2890	591	00:06:19	0:05:30	-13%	83.02%
miércoles/16/10/2019	2239	2278	2030	248	00:05:59	0:05:49	-3%	89.11%
jueves/17/10/2019	5199	4320	3339	981	00:06:19	0:06:02	-5%	77.29%
viernes/18/10/2019	5308	4760	4170	590	00:06:21	0:04:45	-25%	87.61%
sábado/19/10/2019	5281	4627	3870	757	00:06:16	0:04:29	-28%	83.64%
domingo/20/10/2019	5157	5377	4825	552.39	00:06:16	0:04:42	-25%	89.73%
lunes/21/10/2019	5247	5170	4300	870	00:06:15	0:04:42	-25%	83.17%
martes/22/10/2019	4308	4019	3420	599	00:06:19	0:04:17	-32%	85.10%
miércoles/23/10/2019	2239	2616	2109	507	00:05:59	0:04:55	-18%	80.62%
jueves/24/10/2019	5199	4602	3980	622	00:06:19	0:04:31	-29%	86.48%
viernes/25/10/2019	5308	4846	4190	656	00:06:21	0:04:29	-29%	86.46%
sábado/26/10/2019	5281	4523	3600	923	00:06:16	0:04:34	-27%	79.59%
domingo/27/10/2019	5157	4663	3996	667	00:06:16	0:04:14	-33%	85.70%
lunes/28/10/2019	5247	5166	4463	703	00:06:15	0:04:34	-27%	86.39%
martes/29/10/2019	4308	4008	3349	659	00:06:19	0:04:17	-32%	83.56%
miércoles/30/10/2019	2239	2500	2150	350	00:05:59	0:04:55	-18%	86.00%
jueves/31/10/2019	5199	4730	4200	530	00:06:21	00:04:50	-24%	88.79%
TOTALES	142250	126985	105541	21444	00:06:16	0:05:37	-10%	83.1%

FECHA	PROYECCION	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
viernes/01/11/2019	3320	4158	3596	561	00:07:21	00:07:37	-18%	86.50%
sábado/02/11/2019	2298	2089	1627	462	00:07:10	00:08:25	-6%	77.86%
domingo/03/11/2019	5732	5811	5019	792	00:06:58	00:08:23	-4%	86.37%
lunes/04/11/2019	5852	5188	4540	649	00:07:01	00:08:09	-7%	87.50%
martes/05/11/2019	5822	4667	3630	1037	00:06:55	00:08:28	-2%	77.79%
miércoles/06/11/2019	5685	5389	4586	803	00:06:55	00:08:56	3%	85.09%
jueves/07/11/2019	5785	5209	3537	1672	00:06:53	00:08:39	0%	67.91%
viernes/08/11/2019	3320	3616	2204	1412	00:06:58	00:07:31	-14%	60.96%
sábado/09/11/2019	2468	2455	1896	559	00:06:36	00:08:18	0%	77.24%
domingo/10/11/2019	5732	4676	3821	854	00:06:58	00:08:42	-1%	81.73%
lunes/11/11/2019	5852	4492	3504	988	00:07:01	00:08:25	-4%	78.00%
martes/12/11/2019	5822	4032	3537	494	00:06:55	00:08:07	-6%	87.74%
miércoles/13/11/2019	5685	4567	3444	1123	00:06:55	00:09:00	4%	75.41%
jueves/14/11/2019	5785	4618	3818	800	00:06:53	00:08:38	0%	82.67%
viernes/15/11/2019	3320	3838	3155	683	00:06:58	00:07:37	-13%	82.22%
sábado/16/11/2019	2468	2511	2216	295	00:06:36	00:08:03	-3%	88.25%
domingo/17/11/2019	5732	4763	3646	1117	00:06:58	00:08:21	-5%	76.54%
lunes/18/11/2019	5852	5248	4553	695	00:07:01	00:06:35	-25%	86.75%
martes/19/11/2019	5822	5101	4225	876	00:06:55	00:06:12	-28%	82.83%
miércoles/20/11/2019	5685	5928	5225	703	00:06:55	00:06:30	-25%	88.15%
jueves/21/11/2019	5785	5700	4695	1005	00:06:53	00:06:30	-25%	82.36%
viernes/22/11/2019	3320	4431	3734	697	00:06:58	00:05:56	-32%	84.27%
sábado/23/11/2019	2468	2884	2303	582	00:06:36	00:06:48	-18%	79.84%
domingo/24/11/2019	5732	5074	4345	728	00:06:58	00:06:15	-29%	85.64%
lunes/25/11/2019	3320	5343	4575	768	00:07:01	00:06:12	-29%	85.62%
martes/26/11/2019	5822	4987	3930	1056	00:06:55	00:06:19	-27%	78.82%
miércoles/27/11/2019	5685	5141	4363	778	00:06:55	00:05:52	-33%	84.86%
jueves/28/11/2019	5785	5696	4873	823	00:06:53	00:06:19	-27%	85.55%
viernes/29/11/2019	3320	4419	3656	762	00:06:58	00:05:56	-32%	82.75%
sábado/30/11/2019	2468	2756	2347	409	00:06:36	00:06:48	-18%	85.17%
TOTALES	141747	134786	110602	24185	00:06:55	00:07:27	8%	82.06%

FECHA	PROYECCION	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
miércoles/01/01/2020	2178	1906	1447	459	00:05:28	00:04:32	-17%	75.90%
jueves/02/01/2020	5225	5790	5552	239	00:06:59	00:05:34	-20%	95.88%
viernes/03/01/2020	5317	5274	4689	585	00:06:54	00:05:32	-20%	88.90%
sábado/04/01/2020	4365	4024	3525	500	00:07:00	00:05:06	-27%	87.59%
domingo/05/01/2020	2268	2132	2029	102	00:06:49	00:05:07	-25%	95.19%
lunes/06/01/2020	5060	6011	4759	1252	00:05:40	00:05:37	-1%	79.17%
martes/07/01/2020	5166	5859	5553	306	00:05:36	00:05:26	-3%	94.77%
miércoles/08/01/2020	5139	6764	6203	561	00:05:41	00:05:20	-6%	91.70%
jueves/09/01/2020	5018	6050	5795	254	00:05:32	00:05:32	0%	95.80%
viernes/10/01/2020	5106	4756	4700	56	00:05:31	00:05:28	-1%	98.83%
sábado/11/01/2020	4192	3302	2924	378	00:05:34	00:04:21	-22%	88.56%
domingo/12/01/2020	2178	1809	1451	358	00:05:16	00:05:15	-1%	80.22%
lunes/13/01/2020	5060	4535	4412	123	00:05:40	00:05:26	-4%	97.28%
martes/14/01/2020	5166	4562	3888	674	00:05:36	00:05:19	-5%	85.22%
miércoles/15/01/2020	5139	5807	4440	1367	00:05:41	00:05:29	-4%	76.45%
jueves/16/01/2020	5018	4933	4689	245	00:05:32	00:05:20	-3%	95.04%
viernes/17/01/2020	5106	3716	3370	346	00:05:31	00:05:06	-7%	90.68%
sábado/18/01/2020	4192	2355	2343	13	00:05:34	00:04:54	-12%	99.46%
domingo/19/01/2020	2178	1531	1268	263	00:05:16	00:04:50	-8%	82.85%
lunes/20/01/2020	5060	5172	3418	1753	00:05:40	00:04:58	-12%	66.10%
martes/21/01/2020	5166	4383	3949	434	00:05:36	00:05:08	-9%	90.10%
miércoles/22/01/2020	5139	5343	4863	480	00:05:41	00:05:12	-9%	91.01%
jueves/23/01/2020	5018	4324	3801	524	00:05:32	00:05:15	-5%	87.89%
viernes/24/01/2020	5106	3590	3439	150	00:05:31	00:05:13	-5%	95.82%
sábado/25/01/2020	4192	2837	2086	751	00:05:34	00:04:27	-20%	73.52%
domingo/26/01/2020	2178	1629	1350	279	00:05:16	00:04:46	-9%	82.88%
lunes/27/01/2020	5060	3591	3388	202	00:05:40	00:04:58	-12%	94.37%
martes/28/01/2020	5166	3394	2231	1163	00:05:36	00:04:58	-11%	65.73%
miércoles/29/01/2020	5139	3517	3353	164	00:05:41	00:04:56	-13%	95.32%
jueves/30/01/2020	5018	4022	3546	476	00:05:32	00:04:57	-11%	88.15%
viernes/31/01/2020	5139	3762	3661	101	00:05:31	00:04:28	-19%	97.31%
TOTALES	140453	126682	112121	14561	00:05:44	00:05:07	-11%	88.5%

FECHA	PROYECCION	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
sábado/01/02/2020	4192	3941	3597	344	00:06:40	00:06:19	-5%	91.28%
domingo/02/02/2020	5433	1980	1627	353	00:06:29	00:07:00	8%	82.17%
lunes/03/02/2020	2178	5508	5020	488	00:06:19	00:06:57	10%	91.14%
martes/04/02/2020	5547	4918	4541	377	00:06:21	00:06:46	6%	92.33%
miércoles/05/02/2020	5519	4423	3631	793	00:06:16	00:07:02	12%	82.08%
jueves/06/02/2020	5389	5108	4587	521	00:06:16	00:07:25	18%	89.79%
viernes/07/02/2020	5483	4938	3538	1399	00:06:15	00:07:11	15%	71.66%
sábado/08/02/2020	4502	3428	2205	1223	00:06:19	00:06:15	-1%	64.32%
domingo/09/02/2020	5433	2327	1897	430	00:05:59	00:06:54	15%	81.51%
lunes/10/02/2020	2178	4432	3822	610	00:06:19	00:07:14	14%	86.24%
martes/11/02/2020	5547	4257	3504	753	00:06:21	00:07:00	10%	82.31%
miércoles/12/02/2020	5519	3822	3538	283	00:06:16	00:06:45	8%	92.58%
jueves/13/02/2020	5389	4328	3444	884	00:06:16	00:07:29	19%	79.57%
viernes/14/02/2020	5483	4378	3819	559	00:06:15	00:07:10	15%	87.24%
sábado/15/02/2020	4502	3638	3156	482	00:06:19	00:06:19	0%	86.76%
domingo/16/02/2020	2339	2381	2217	164	00:05:59	00:06:41	12%	93.12%
lunes/17/02/2020	5433	4514	3646	868	00:06:19	00:06:56	10%	80.77%
martes/18/02/2020	5547	4974	4554	420	00:06:21	00:05:28	-14%	91.55%
miércoles/19/02/2020	5519	4835	4226	609	00:06:16	00:05:09	-18%	87.40%
jueves/20/02/2020	5389	5619	5269	350	00:06:16	00:05:24	-14%	93.76%
viernes/21/02/2020	5483	5403	4696	707	00:06:15	00:05:24	-13%	86.91%
sábado/22/02/2020	4502	4200	3735	465	00:06:19	00:04:56	-22%	88.93%
domingo/23/02/2020	5433	2734	2303	431	00:05:59	00:05:39	-5%	84.25%
lunes/24/02/2020	2178	4809	4346	463	00:06:19	00:05:12	-18%	90.38%
martes/25/02/2020	5547	5064	4576	488	00:06:21	00:05:09	-19%	90.35%
miércoles/26/02/2020	5519	4727	3931	795	00:06:16	00:05:15	-16%	83.17%
jueves/27/02/2020	5389	4873	4364	509	00:06:16	00:04:52	-22%	89.55%
viernes/28/02/2020	5483	5398	4874	525	00:06:15	00:05:15	-16%	90.28%
sábado/29/02/2020	4502	4500	3800	700	00:06:19	00:05:45	-9%	84.44%
TOTALES	140557	125456	108461	16294	00:06:17	00:06:14	-0.7%	86.5%

FECHA	PROYECCION	MAXIMO A ATENDER	LL.RECIBIDAS	LL.ATENDIDAS	LL.ABANDONADAS	TMO PROYECTADO	TMO REAL	% DIFERENCIA TMO	N.S
viernes/01/03/2019	3470	3504	4345	3758	586	00:07:21	00:07:37	4%	86.50%
sábado/02/03/2019	3470	2426	2183	1900	283	00:07:10	00:08:25	18%	87.03%
domingo/03/03/2019	2579	6050	6073	5245	828	00:06:58	00:06:23	-8%	86.37%
lunes/04/03/2019	6116	6177	5422	4744	678	00:07:01	00:08:09	16%	87.50%
martes/05/03/2019	6084	6145	4877	4194	683	00:06:55	00:06:00	-13%	85.99%
miércoles/06/03/2019	5941	6000	5632	4792	840	00:06:55	00:08:56	29%	85.09%
jueves/07/03/2019	6045	6106	5444	4697	747	00:06:53	00:08:39	26%	86.28%
viernes/08/03/2019	3470	3504	3779	3350	429	00:06:58	00:06:15	-10%	88.65%
sábado/09/03/2019	3470	2605	2566	2092	474	00:06:36	00:06:18	-5%	81.53%
domingo/10/03/2019	2579	6050	4886	3993	893	00:06:58	00:07:42	10%	81.73%
lunes/11/03/2019	6116	6177	4694	3981	712	00:07:01	00:08:25	20%	84.82%
martes/12/03/2019	6084	6145	4213	3697	517	00:06:55	00:08:07	17%	87.74%
miércoles/13/03/2019	5941	6000	4772	4598	174	00:06:55	00:09:00	30%	96.36%
jueves/14/03/2019	6045	6106	4826	3990	836	00:06:53	00:08:38	25%	82.67%
viernes/15/03/2019	3470	3504	4011	3297	713	00:06:58	00:07:37	9%	82.22%
sábado/16/03/2019	3470	2605	2625	2316	308	00:06:36	00:08:03	22%	88.25%
domingo/17/03/2019	2579	6050	4977	4310	668	00:06:58	00:08:21	20%	86.59%
lunes/18/03/2019	6116	6177	5484	4758	726	00:07:01	00:06:35	-6%	86.75%
martes/19/03/2019	6084	6145	5331	4415	915	00:06:55	00:06:12	-10%	82.83%
miércoles/20/03/2019	5941	6000	6195	5461	734	00:06:55	00:06:30	-6%	88.15%
jueves/21/03/2019	6045	6106	5956	4906	1050	00:06:53	00:06:30	-6%	82.36%
viernes/22/03/2019	3470	3504	4630	3902	728	00:06:58	00:05:56	-15%	84.27%
sábado/23/03/2019	3470	2605	3014	2680	334	00:06:36	00:06:28	-2%	88.92%
domingo/24/03/2019	2579	6050	5302	4541	761	00:06:58	00:06:15	-10%	85.64%
lunes/25/03/2019	3470	3504	5583	4881	703	00:07:01	00:06:12	-11%	87.42%
martes/26/03/2019	6084	6145	5211	4607	604	00:06:55	00:06:19	-9%	88.42%
miércoles/27/03/2019	5941	6000	5372	4559	813	00:06:55	00:05:52	-15%	84.86%
jueves/28/03/2019	6045	6106	5952	5092	860	00:06:53	00:06:19	-8%	85.55%
viernes/29/03/2019	3470	3504	4618	3821	797	00:06:58	00:05:56	-15%	82.75%
sábado/30/03/2019	3470	2605	2880	2453	427	00:06:36	00:06:08	-7%	85.17%
domingo/31/03/2019	2579	0	2300	2100	200	00:07:19	00:06:15	-15%	91.30%
TOTALES	139112	140503	143152	123129	20023	00:06:56	00:07:06	2%	86.01%

Anexo 11. Base de datos de satisfacción del cliente.

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	domingo/01/09/2019	23	32	71.88%	9	28.13%
	lunes/02/09/2019	22	29	75.86%	7	24.14%
	martes/03/09/2019	24	37	64.86%	13	35.14%
	miércoles/04/09/2019	27	39	69.23%	12	30.77%
	jueves/05/09/2019	20	28	71.43%	8	28.57%
	viernes/06/09/2019	21	27	77.78%	6	22.22%
	sábado/07/09/2019	27	40	67.50%	13	32.50%
2	domingo/08/09/2019	28	37	75.68%	9	24.32%
	lunes/09/09/2019	24	31	77.42%	7	22.58%
	martes/10/09/2019	21	27	77.78%	6	22.22%
	miércoles/11/09/2019	23	37	62.16%	14	37.84%
	jueves/12/09/2019	22	29	75.86%	7	24.14%
	viernes/13/09/2019	21	30	70.00%	9	30.00%
	sábado/14/09/2019	25	36	69.44%	11	30.56%
3	domingo/15/09/2019	20	27	74.07%	7	25.93%
	lunes/16/09/2019	22	31	70.97%	9	29.03%
	martes/17/09/2019	26	39	66.67%	13	33.33%
	miércoles/18/09/2019	26	37	70.27%	11	29.73%
	jueves/19/09/2019	27	35	77.14%	8	22.86%
	viernes/20/09/2019	26	37	70.27%	11	29.73%
	sábado/21/09/2019	22	27	81.48%	5	18.52%
4	domingo/22/09/2019	23	31	74.19%	8	25.81%
	lunes/23/09/2019	25	34	73.53%	9	26.47%
	martes/24/09/2019	22	37	59.46%	15	40.54%
	miércoles/25/09/2019	24	39	61.54%	15	38.46%
	jueves/26/09/2019	23	33	69.70%	10	30.30%
	viernes/27/09/2019	24	30	80.00%	6	20.00%
	sábado/28/09/2019	23	33	69.70%	10	30.30%
	domingo/29/09/2019	20	24	83.33%	4	16.67%
	lunes/30/09/2019	22	30	73.33%	8	26.67%
TOTALES		703	983	71.52%	280	28.48%

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	martes/01/10/2019	26	39	66.67%	13	33.33%
	miércoles/02/10/2019	17	26	65.38%	9	34.62%
	jueves/03/10/2019	21	34	61.76%	13	38.24%
	viernes/04/10/2019	26	36	72.22%	10	27.78%
	sábado/05/10/2019	16	24	66.67%	8	33.33%
	domingo/06/10/2019	21	24	87.50%	3	12.50%
	lunes/07/10/2019	25	39	64.10%	14	35.90%
2	martes/08/10/2019	29	34	85.29%	5	14.71%
	miércoles/09/10/2019	21	29	72.41%	8	27.59%
	jueves/10/10/2019	24	39	61.54%	15	38.46%
	viernes/11/10/2019	20	32	62.50%	12	37.50%
	sábado/12/10/2019	20	27	74.07%	7	25.93%
	domingo/13/10/2019	19	28	67.86%	9	32.14%
	lunes/14/10/2019	22	34	64.71%	12	35.29%
3	martes/15/10/2019	17	25	68.00%	8	32.00%
	miércoles/16/10/2019	17	26	65.38%	9	34.62%
	jueves/17/10/2019	24	39	61.54%	15	38.46%
	viernes/18/10/2019	22	33	66.67%	11	33.33%
	sábado/19/10/2019	16	27	59.26%	11	40.74%
	domingo/20/10/2019	16	25	64.00%	9	36.00%
	lunes/21/10/2019	17	37	45.95%	20	54.05%
4	martes/22/10/2019	23	35	65.71%	12	34.29%
	miércoles/23/10/2019	20	32	62.50%	12	37.50%
	jueves/24/10/2019	15	34	44.12%	19	55.88%
	viernes/25/10/2019	22	32	68.75%	10	31.25%
	sábado/26/10/2019	21	30	70.00%	9	30.00%
	domingo/27/10/2019	19	27	70.37%	8	29.63%
	lunes/28/10/2019	17	30	56.67%	13	43.33%
	martes/29/10/2019	19	27	70.37%	8	29.63%
	miércoles/30/10/2019	23	35	65.71%	12	34.29%
	jueves/31/10/2019	22	31	70.97%	9	29.03%
TOTALES		637	970	65.67%	333	34.33%

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	viernes/01/11/2019	29	40	72.50%	11	27.50%
	sábado/02/11/2019	21	39	53.85%	18	46.15%
	domingo/03/11/2019	22	28	78.57%	6	21.43%
	lunes/04/11/2019	24	39	61.54%	15	38.46%
	martes/05/11/2019	26	38	68.42%	12	31.58%
	miércoles/06/11/2019	24	32	75.00%	8	25.00%
	jueves/07/11/2019	27	39	69.23%	12	30.77%
2	viernes/08/11/2019	25	35	71.43%	10	28.57%
	sábado/09/11/2019	20	31	64.52%	11	35.48%
	domingo/10/11/2019	20	29	68.97%	9	31.03%
	lunes/11/11/2019	21	36	58.33%	15	41.67%
	martes/12/11/2019	20	29	68.97%	9	31.03%
	miércoles/13/11/2019	24	31	77.42%	7	22.58%
	jueves/14/11/2019	26	34	76.47%	8	23.53%
3	viernes/15/11/2019	21	32	65.63%	11	34.38%
	sábado/16/11/2019	22	28	78.57%	6	21.43%
	domingo/17/11/2019	25	35	71.43%	10	28.57%
	lunes/18/11/2019	29	39	74.36%	10	25.64%
	martes/19/11/2019	22	30	73.33%	8	26.67%
	miércoles/20/11/2019	24	29	82.76%	5	17.24%
	jueves/21/11/2019	28	37	75.68%	9	24.32%
4	viernes/22/11/2019	28	39	71.79%	11	28.21%
	sábado/23/11/2019	24	35	68.57%	11	31.43%
	domingo/24/11/2019	22	31	70.97%	9	29.03%
	lunes/25/11/2019	26	39	66.67%	13	33.33%
	martes/26/11/2019	25	34	73.53%	9	26.47%
	miércoles/27/11/2019	24	32	75.00%	8	25.00%
	jueves/28/11/2019	26	30	86.67%	4	13.33%
	viernes/29/11/2019	18	29	62.07%	11	37.93%
	sábado/30/11/2019	26	40	65.00%	14	35.00%
TOTALES		719	1019	70.56%	300	29.44%

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	miércoles/01/01/2020	25	33	75.76%	8	24.24%
	jueves/02/01/2020	24	30	80.00%	6	20.00%
	viernes/03/01/2020	26	38	68.42%	12	31.58%
	sábado/04/01/2020	29	40	72.50%	11	27.50%
	domingo/05/01/2020	22	29	75.86%	7	24.14%
	lunes/06/01/2020	23	28	82.14%	5	17.86%
	martes/07/01/2020	29	41	70.73%	12	29.27%
2	miércoles/08/01/2020	30	38	78.95%	8	21.05%
	jueves/09/01/2020	26	32	81.25%	6	18.75%
	viernes/10/01/2020	23	28	82.14%	5	17.86%
	sábado/11/01/2020	25	38	65.79%	13	34.21%
	domingo/12/01/2020	24	30	80.00%	6	20.00%
	lunes/13/01/2020	23	31	74.19%	8	25.81%
	martes/14/01/2020	27	37	72.97%	10	27.03%
3	miércoles/15/01/2020	22	28	78.57%	6	21.43%
	jueves/16/01/2020	24	32	75.00%	8	25.00%
	viernes/17/01/2020	28	40	70.00%	12	30.00%
	sábado/18/01/2020	28	38	73.68%	10	26.32%
	domingo/19/01/2020	29	36	80.56%	7	19.44%
	lunes/20/01/2020	28	38	73.68%	10	26.32%
	martes/21/01/2020	24	28	85.71%	4	14.29%
4	miércoles/22/01/2020	25	32	78.13%	7	21.88%
	jueves/23/01/2020	27	35	77.14%	8	22.86%
	viernes/24/01/2020	24	38	63.16%	14	36.84%
	sábado/25/01/2020	26	40	65.00%	14	35.00%
	domingo/26/01/2020	25	34	73.53%	9	26.47%
	lunes/27/01/2020	26	31	83.87%	5	16.13%
	martes/28/01/2020	25	34	73.53%	9	26.47%
	miércoles/29/01/2020	22	25	88.00%	3	12.00%
	jueves/30/01/2020	24	31	77.42%	7	22.58%
	viernes/31/01/2020	23	30	76.67%	7	23.33%
TOTALES		786	1043	75.36%	257	24.64%

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	sábado/01/02/2020	30	40	75.00%	10	25.00%
	domingo/02/02/2020	21	27	77.78%	6	22.22%
	lunes/03/02/2020	27	35	77.14%	8	22.86%
	martes/04/02/2020	30	37	81.08%	7	18.92%
	miércoles/05/02/2020	20	25	80.00%	5	20.00%
	jueves/06/02/2020	18	25	72.00%	7	28.00%
	viernes/07/02/2020	31	40	77.50%	9	22.50%
2	sábado/08/02/2020	28	35	80.00%	7	20.00%
	domingo/09/02/2020	25	30	83.33%	5	16.67%
	lunes/10/02/2020	31	40	77.50%	9	22.50%
	martes/11/02/2020	24	33	72.73%	9	27.27%
	miércoles/12/02/2020	24	28	85.71%	4	14.29%
	jueves/13/02/2020	23	29	79.31%	6	20.69%
	viernes/14/02/2020	26	35	74.29%	9	25.71%
3	sábado/15/02/2020	21	26	80.77%	5	19.23%
	domingo/16/02/2020	21	27	77.78%	6	22.22%
	lunes/17/02/2020	28	40	70.00%	12	30.00%
	martes/18/02/2020	26	34	76.47%	8	23.53%
	miércoles/19/02/2020	20	28	71.43%	8	28.57%
	jueves/20/02/2020	20	26	76.92%	6	23.08%
	viernes/21/02/2020	26	38	68.42%	12	31.58%
4	sábado/22/02/2020	27	36	75.00%	9	25.00%
	domingo/23/02/2020	24	33	72.73%	9	27.27%
	lunes/24/02/2020	23	35	65.71%	12	34.29%
	martes/25/02/2020	26	33	78.79%	7	21.21%
	miércoles/26/02/2020	25	31	80.65%	6	19.35%
	jueves/27/02/2020	23	28	82.14%	5	17.86%
	viernes/28/02/2020	21	31	67.74%	10	32.26%
sábado/29/02/2020	22	28	78.57%	6	21.43%	
TOTALES		711	933	76.21%	222	23.79%

Semana	FECHA	Cliente satisfecho	Total de encuestas	%	Cliente no satisfecho	%
1	domingo/01/03/2020	31	41	75.61%	10	24.39%
	lunes/02/03/2020	23	40	57.50%	17	42.50%
	martes/03/03/2020	24	29	82.76%	5	17.24%
	miércoles/04/03/2020	26	40	65.00%	14	35.00%
	jueves/05/03/2020	28	39	71.79%	11	28.21%
	viernes/06/03/2020	26	33	78.79%	7	21.21%
	sábado/07/03/2020	31	40	77.50%	9	22.50%
2	domingo/08/03/2020	27	36	75.00%	9	25.00%
	lunes/09/03/2020	22	32	68.75%	10	31.25%
	martes/10/03/2020	22	30	73.33%	8	26.67%
	miércoles/11/03/2020	26	37	70.27%	11	29.73%
	jueves/12/03/2020	25	30	83.33%	5	16.67%
	viernes/13/03/2020	26	32	81.25%	6	18.75%
	sábado/14/03/2020	30	35	85.71%	5	14.29%
3	domingo/15/03/2020	23	33	69.70%	10	30.30%
	lunes/16/03/2020	24	29	82.76%	5	17.24%
	martes/17/03/2020	29	36	80.56%	7	19.44%
	miércoles/18/03/2020	31	40	77.50%	9	22.50%
	jueves/19/03/2020	28	31	90.32%	3	9.68%
	viernes/20/03/2020	26	30	86.67%	4	13.33%
	sábado/21/03/2020	30	38	78.95%	8	21.05%
4	domingo/22/03/2020	31	40	77.50%	9	22.50%
	lunes/23/03/2020	26	36	72.22%	10	27.78%
	martes/24/03/2020	24	32	75.00%	8	25.00%
	miércoles/25/03/2020	29	40	72.50%	11	27.50%
	jueves/26/03/2020	28	35	80.00%	7	20.00%
	viernes/27/03/2020	26	33	78.79%	7	21.21%
	sábado/28/03/2020	28	31	90.32%	3	9.68%
	domingo/29/03/2020	22	30	73.33%	8	26.67%
	lunes/30/03/2020	28	41	68.29%	13	31.71%
	martes/31/03/2020	29	39	74.36%	10	25.64%
TOTALES		829	1088	76.19%	259	23.81%

Anexo 12. Registro de calidad del servicio de las atenciones efectuadas por el asesor.

Setiembre-2019	semana 1				semana 2			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
	Saludo Inicial	5	4.07	81.33%	Saludo Inicial	5	4.10	82.00%
	Brinda información correcta	3	2.60	86.67%	Brinda información correcta	3	2.50	83.33%
	Resolución de problema	5	4.17	83.33%	Resolución de problema	5	4.13	82.67%
	Manejo de llamada	8	6.53	81.67%	Manejo de llamada	8	6.47	80.83%
	Tono de voz	7	5.80	82.86%	Tono de voz	7	6.23	89.05%
	Muletillas	5	4.43	88.67%	Muletillas	5	4.37	87.33%
	Empatia	5	4.03	80.67%	Empatia	5	4.17	83.33%
	Tiempo de respuesta	4	3.27	81.67%	Tiempo de respuesta	4	3.27	81.67%
Capacidad de respuesta	7	5.73	81.90%	Capacidad de respuesta	7	5.90	84.29%	
	49	40.63	82.93%		49	41.13	83.95%	
	semana 3				semana 4			
	Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%	
Saludo Inicial	5	4.17	83.33%	Saludo Inicial	5	4.07	81.33%	
Brinda información correcta	3	2.43	81.11%	Brinda información correcta	3	2.63	87.78%	
Resolución de problema	5	4.60	92.00%	Resolución de problema	5	4.23	84.67%	
Manejo de llamada	8	7.17	89.58%	Manejo de llamada	8	6.63	82.92%	
Tono de voz	7	6.23	89.05%	Tono de voz	7	6.43	91.90%	
Muletillas	5	4.53	90.67%	Muletillas	5	4.17	83.33%	
Empatia	5	4.20	84.00%	Empatia	5	4.00	80.00%	
Tiempo de respuesta	4	3.50	87.50%	Tiempo de respuesta	4	3.37	84.17%	
Capacidad de respuesta	7	5.66	80.79%	Capacidad de respuesta	7	5.90	84.29%	
	49	42.49	86.71%		49	41.43	84.56%	

Octubre-2019	semana 1				semana 2			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
	Saludo Inicial	5	4.07	81.33%	Saludo Inicial	5	4.10	82.00%
	Brinda información correcta	3	2.63	87.78%	Brinda información co	3	2.80	93.33%
	Resolución de problema	5	4.30	86.00%	Resolución de proble	5	4.13	82.67%
	Manejo de llamada	8	6.80	85.00%	Manejo de llamada	8	6.50	81.25%
	Tono de voz	7	6.03	86.19%	Tono de voz	7	6.13	87.62%
	Muletillas	5	4.43	88.67%	Muletillas	5	4.10	82.00%
	Empatia	5	4.03	80.67%	Empatia	5	4.03	80.67%
	Tiempo de respuesta	4	3.40	85.00%	Tiempo de respuesta	4	3.43	85.83%
	Capacidad de respuesta	7	6.10	87.14%	Capacidad de respuest	7	5.60	80.00%
		49	41.80	85.31%		49	40.83	83.33%
	semana 3				semana 4			
	Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%	
Saludo Inicial	5	4.03	80.67%	Saludo Inicial	5	4.11	82.14%	
Brinda información correcta	3	2.83	94.44%	Brinda información co	3	2.46	82.14%	
Resolución de problema	5	4.50	90.00%	Resolución de proble	5	4.29	85.71%	
Manejo de llamada	8	7.13	89.17%	Manejo de llamada	8	6.36	79.46%	
Tono de voz	7	6.13	87.62%	Tono de voz	7	6.21	88.78%	
Muletillas	5	4.70	94.00%	Muletillas	5	4.04	80.71%	
Empatia	5	4.10	82.00%	Empatia	5	4.07	81.43%	
Tiempo de respuesta	4	3.53	88.33%	Tiempo de respuesta	4	3.32	83.04%	
Capacidad de respuesta	7	5.73	81.90%	Capacidad de respuest	7	5.75	82.14%	
	49	42.70	87.14%		49	40.61	82.87%	

Noviembre-2019	semana 1				semana 2			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
	Saludo Inicial	5	4.03	80.67%	Saludo Inicial	5	4.03	80.67%
	Brinda información correcta	3	2.43	81.11%	Brinda información correcta	3	2.60	86.67%
	Resolución de problema	5	4.30	86.00%	Resolución de problema	5	4.13	82.67%
	Manejo de llamada	8	6.57	82.08%	Manejo de llamada	8	6.63	82.92%
	Tono de voz	7	5.73	81.90%	Tono de voz	7	6.03	86.19%
	Muletillas	5	4.17	83.33%	Muletillas	5	4.10	82.00%
	Empatia	5	3.97	79.33%	Empatia	5	4.37	87.33%
	Tiempo de respuesta	4	3.23	80.83%	Tiempo de respuesta	4	3.47	86.67%
Capacidad de respuesta	7	5.93	84.76%	Capacidad de respuesta	7	5.60	80.00%	
	49	40.37	82.38%		49	40.97	83.61%	
	semana 3				semana 4			
	Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%	
Saludo Inicial	5	4.03	80.67%	Saludo Inicial	5	4.13	82.50%	
Brinda información correcta	3	2.83	94.44%	Brinda información correcta	3	2.54	84.72%	
Resolución de problema	5	4.50	90.00%	Resolución de problema	5	4.17	83.33%	
Manejo de llamada	8	7.20	90.00%	Manejo de llamada	8	6.46	80.73%	
Tono de voz	7	6.13	87.62%	Tono de voz	7	5.96	85.12%	
Muletillas	5	4.70	94.00%	Muletillas	5	4.08	81.67%	
Empatia	5	4.10	82.00%	Empatia	5	4.25	85.00%	
Tiempo de respuesta	4	3.53	88.33%	Tiempo de respuesta	4	3.46	86.46%	
Capacidad de respuesta	7	5.43	77.62%	Capacidad de respuesta	7	5.71	81.55%	
	49	42.47	86.67%		49	40.75	83.16%	

Enero-2020	semana 1				semana 2			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
	Saludo Inicial	5	4.07	81.33%	Saludo Inicial	5	4.70	94.00%
	Brinda información correcta	3	2.87	95.67%	Brinda información correcta	3	2.90	96.67%
	Resolución de problema	5	4.50	90.00%	Resolución de problema	5	4.90	98.00%
	Manejo de llamada	8	7.44	93.00%	Manejo de llamada	8	7.46	93.25%
	Tono de voz	7	6.90	98.57%	Tono de voz	7	6.70	95.71%
	Muletillas	5	4.65	93.00%	Muletillas	5	4.40	88.00%
	Empatia	5	4.70	94.00%	Empatia	5	4.50	90.00%
	Tiempo de respuesta	4	3.87	96.75%	Tiempo de respuesta	4	3.89	97.25%
	Capacidad de respuesta	7	6.50	92.86%	Capacidad de respuesta	7	6.85	97.86%
		49	45.50	92.85%		49	46.30	94.49%
	semana 3				semana 4			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
Saludo Inicial	5	4.86	97.20%	Saludo Inicial	5	4.65	93.00%	
Brinda información correcta	3	2.43	81.00%	Brinda información correcta	3	2.81	93.67%	
Resolución de problema	5	4.80	96.00%	Resolución de problema	5	4.73	94.60%	
Manejo de llamada	8	7.40	92.50%	Manejo de llamada	8	7.63	95.38%	
Tono de voz	7	6.50	92.86%	Tono de voz	7	6.53	93.29%	
Muletillas	5	4.89	97.80%	Muletillas	5	4.84	96.80%	
Empatia	5	4.34	86.80%	Empatia	5	4.52	90.40%	
Tiempo de respuesta	4	3.90	97.50%	Tiempo de respuesta	4	3.41	85.25%	
Capacidad de respuesta	7	6.65	95.00%	Capacidad de respuesta	7	6.75	96.43%	
	49	45.77	93.41%		49	45.87	93.61%	

Febrero-2020	semana 1				semana 2			
		Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%
	Saludo Inicial	5	4.52	90.40%	Saludo Inicial	5	4.23	84.60%
	Brinda información correcta	3	2.98	99.33%	Brinda información correcta	3	2.89	96.33%
	Resolución de problema	5	4.62	92.40%	Resolución de problema	5	4.52	90.40%
	Manejo de llamada	8	7.55	94.38%	Manejo de llamada	8	7.92	99.00%
	Tono de voz	7	6.58	94.00%	Tono de voz	7	6.33	90.43%
	Muletillas	5	4.23	84.60%	Muletillas	5	4.59	91.80%
	Empatia	5	4.54	90.80%	Empatia	5	4.85	97.00%
	Tiempo de respuesta	4	3.40	85.00%	Tiempo de respuesta	4	3.56	89.00%
	Capacidad de respuesta	7	6.95	99.29%	Capacidad de respuesta	7	6.61	94.43%
	49	45.37	92.59%		49	45.50	92.86%	
semana 3				semana 4				
	Calidad Objetivo	Calidad real	%		Calidad Objetivo	Calidad real	%	
Saludo Inicial	5	4.50	90.00%	Saludo Inicial	5	4.88	97.60%	
Brinda información correcta	3	2.93	97.67%	Brinda información correcta	3	2.52	84.00%	
Resolución de problema	5	4.95	99.00%	Resolución de problema	5	4.93	98.60%	
Manejo de llamada	8	7.83	97.88%	Manejo de llamada	8	7.45	93.13%	
Tono de voz	7	6.70	95.71%	Tono de voz	7	6.97	99.57%	
Muletillas	5	4.38	87.60%	Muletillas	5	4.55	91.00%	
Empatia	5	4.40	88.00%	Empatia	5	4.77	95.40%	
Tiempo de respuesta	4	3.79	94.75%	Tiempo de respuesta	4	3.83	95.75%	
Capacidad de respuesta	7	6.12	87.43%	Capacidad de respuesta	7	6.56	93.71%	
	49	45.60	93.06%		49	46.46	94.82%	

Marzo-2020	semana 1				semana 2			
		Calidad objetivo	Calidad real	objetivo		Frecuencia Obj	Frecuencia Real	%
	Saludo Inicial	5	4.50	90.00%	Saludo Inicial	5	4.85	97.00%
	Brinda información correcta	3	2.85	95.00%	Brinda información correcta	3	2.53	84.33%
	Resolución de problema	5	4.51	90.20%	Resolución de problema	5	4.13	82.60%
	Manejo de llamada	8	7.85	98.13%	Manejo de llamada	8	7.23	90.38%
	Tono de voz	7	6.85	97.86%	Tono de voz	7	6.55	93.57%
	Muletillas	5	4.46	89.20%	Muletillas	5	4.35	87.00%
	Empatia	5	4.81	96.20%	Empatia	5	4.96	99.20%
	Tiempo de respuesta	4	3.99	99.75%	Tiempo de respuesta	4	3.75	93.75%
Capacidad de respuesta	7	5.98	85.43%	Capacidad de respuesta	7	6.52	93.14%	
	49	45.80	93.47%		49	44.87	91.57%	
semana 3				semana 4				
	Calidad objetivo	Calidad real	%		Calidad objetivo	Calidad real	%	
Saludo Inicial	5	4.85	97.00%	Saludo Inicial	5	4.52	90.40%	
Brinda información correcta	3	2.98	99.33%	Brinda información correcta	3	2.65	88.33%	
Resolución de problema	5	4.45	89.00%	Resolución de problema	5	4.85	97.00%	
Manejo de llamada	8	7.70	96.25%	Manejo de llamada	8	7.85	98.13%	
Tono de voz	7	6.52	93.14%	Tono de voz	7	6.85	97.86%	
Muletillas	5	4.48	89.60%	Muletillas	5	4.52	90.40%	
Empatia	5	4.52	90.40%	Empatia	5	4.46	89.20%	
Tiempo de respuesta	4	3.54	88.50%	Tiempo de respuesta	4	3.82	95.50%	
Capacidad de respuesta	7	6.46	92.29%	Capacidad de respuesta	7	5.52	78.86%	
	49	45.50	92.86%		49	45.04	91.92%	

Anexo 13. Recolección de información de la evolución de la variable independiente de los periodos septiembre, octubre y noviembre del 2019.

Variable independiente: Gestión de procesos

Dimensión Representar procesos

Indicador: Procesos operativos

Recolección de datos de la dimensión representar procesos.

Meses del 2019	Periodo	Procesos cumplidos	Procesos programados	Procesos cumplidos / Procesos programados	% Promedio
Setiembre	semana 1	22	34	64.71%	72.44%
	semana 2	3	4	75.00%	
	semana 3	13	19	68.42%	
	semana 4	22	29	75.86%	
Octubre	semana 1	19	25	76.00%	
	semana 2	16	20	80.00%	
	semana 3	17	24	70.83%	
	semana 4	18	25	72.00%	
Noviembre	semana 1	10	18	55.56%	
	semana 2	10	13	76.92%	
	semana 3	18	24	75.00%	
	semana 4	15	19	78.95%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene la recolección de datos de la dimensión procesos operativos cuyo promedio en el trimestre resulta 72.44%, siendo bajo el resultado de los procesos operativos que se tiene que mejorar para lograr el cumplimiento de los mismos.

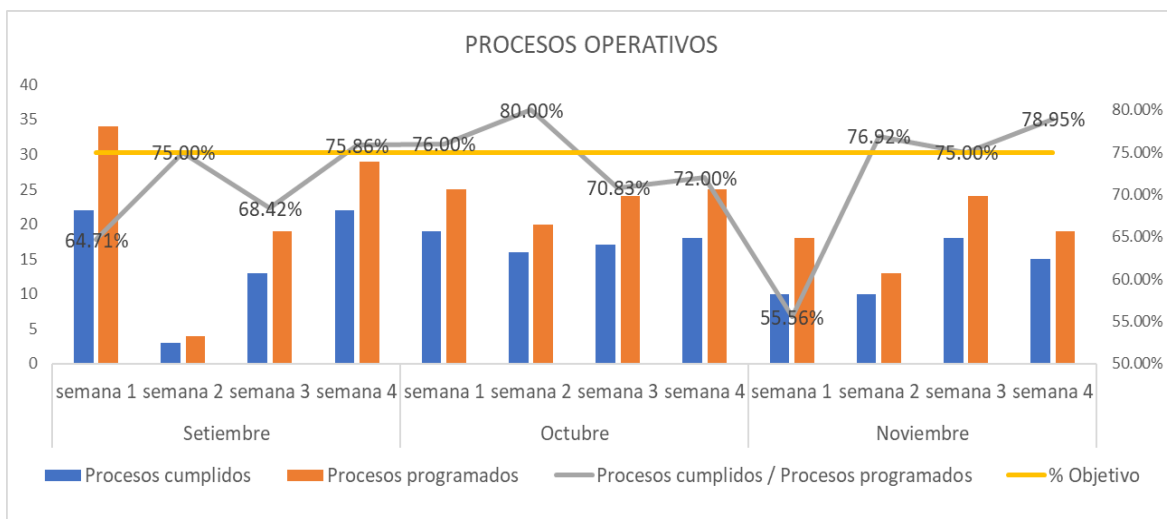


Diagrama de procesos operativos de los periodos septiembre, octubre y noviembre.

En la figura se observa los procesos operativos durante el último trimestre del 2019 en la que se puede observar que a lo largo del periodo no se logró superar el promedio logrado en las 12 semanas de estudio.

Dimensión 2: Controlar procesos

Indicador: Inspecciones

Recolección de datos de dimensión controlar procesos de los periodos septiembre, octubre y noviembre.

Meses del 2019	Periodo	Inspecciones cumplidas	Inspecciones programadas	Inspecciones cumplidas / Inspecciones programadas	% Promedio
Setiembre	semana 1	6	12	50.00%	43.31%
	semana 2	2	4	50.00%	
	semana 3	4	8	50.00%	
	semana 4	6	13	46.15%	
Octubre	semana 1	5	10	50.00%	
	semana 2	1	5	20.00%	
	semana 3	5	10	50.00%	
	semana 4	4	9	44.44%	
Noviembre	semana 1	3	8	37.50%	
	semana 2	1	5	20.00%	
	semana 3	4	9	44.44%	
	semana 4	4	7	57.14%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene el resultado de las mediciones de la dimensión control de procesos siendo el promedio del trimestre 43.31% con lo que se comprueba que no se está cumpliendo a cabalidad las inspecciones que se programan para un buen servicio.

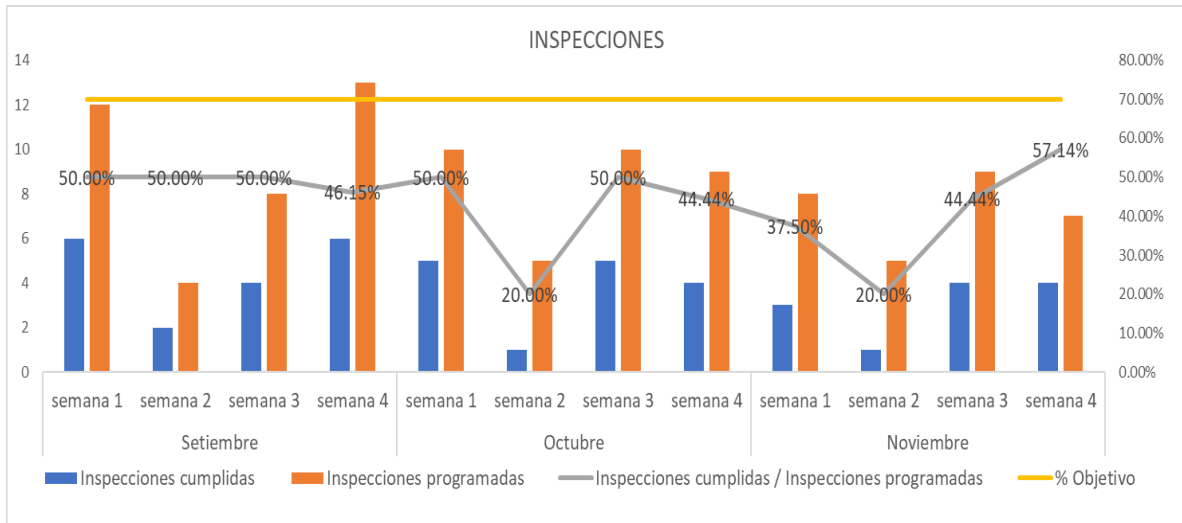


Diagrama de inspecciones de los periodos setiembre, octubre y noviembre.

En la figura se tiene el resultado de las inspecciones realizadas comprobando que no se han cumplido conforme a lo programado.

Dimensión: Mejorar procesos

Indicador: Acciones correctivas

Recolección de datos de mejora de procesos de los periodos setiembre, octubre y noviembre.

Meses del 2019	Periodo	Acciones correctivas efectuadas	Total acciones correctivas	Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas	% Promedio
Setiembre	semana 1	7	14	50.00%	67.68%
	semana 2	7	8	87.50%	
	semana 3	3	7	42.86%	
	semana 4	5	11	45.45%	
Octubre	semana 1	12	17	70.59%	
	semana 2	9	13	69.23%	
	semana 3	9	14	64.29%	
	semana 4	18	21	85.71%	
Noviembre	semana 1	11	15	73.33%	
	semana 2	12	15	80.00%	
	semana 3	9	14	64.29%	
	semana 4	15	19	78.95%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene que la mejora de procesos en el trimestre logro un promedio de 67.68% con lo que se comprueba que es preciso mejorar las acciones correctivas necesarias para el buen cumplimiento del servicio.

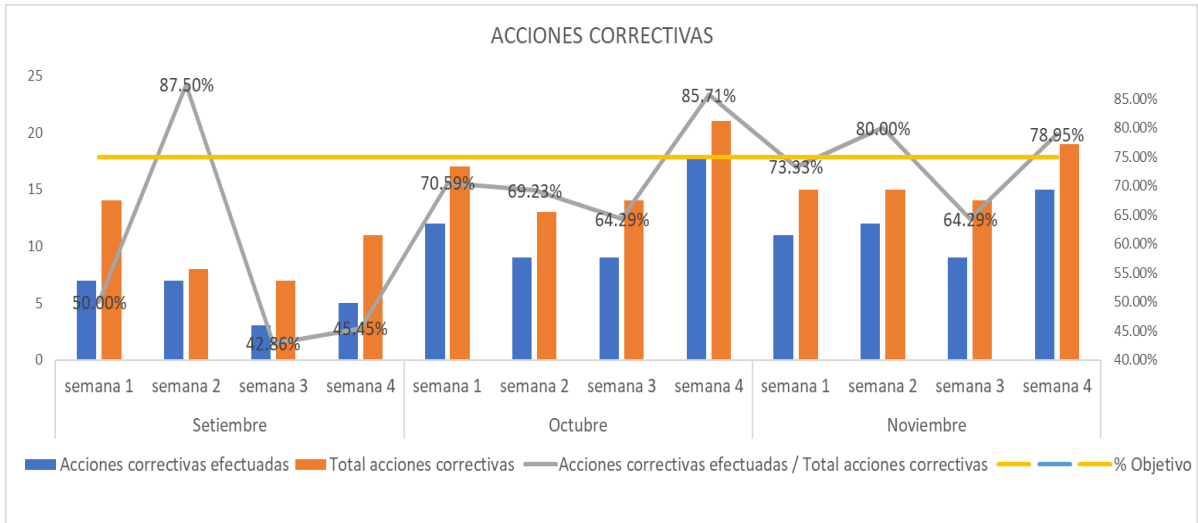


Diagrama de acciones correctivas de los periodos septiembre, octubre y noviembre.

En la figura se tienen representado las acciones correctivas, las cuales reflejan que no hubo una buena labor del personal en cuanto a resolver los inconvenientes presentes durante el trimestre.

Anexo 14. Recolección de información de la evolución de la variable independiente de los periodos enero, febrero y marzo del 2020.

Variable independiente: Gestión de procesos

Dimensión Representar procesos

Indicador: Procesos operativos

Recolección de datos de la dimensión representar procesos.

Meses del 2020	Periodo	Procesos cumplidos	Procesos programados	Procesos cumplidos / Procesos programados	% Promedio
ENERO	semana 1	26	34	76.47%	82.07%
	semana 2	24	28	85.71%	
	semana 3	25	31	80.65%	
	semana 4	39	46	84.78%	
FEBRERO	semana 1	28	35	80.00%	
	semana 2	30	34	88.24%	
	semana 3	29	34	85.29%	
	semana 4	28	35	80.00%	
MARZO	semana 1	23	29	79.31%	
	semana 2	27	32	84.38%	
	semana 3	24	32	75.00%	
	semana 4	34	40	85.00%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se observa los procesos operativos durante el primer trimestre del 2020 comprobando que el promedio es de 82.07% en la que se puede observar que a lo largo del periodo se logró superar el promedio logrado en las 12 semanas de estudio.

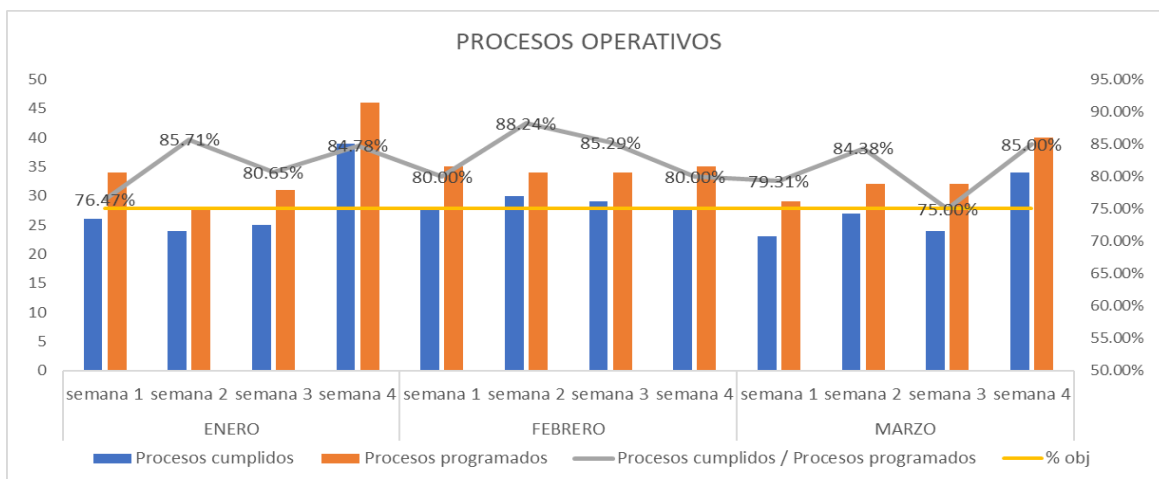


Diagrama de procesos operativos de los periodos enero, febrero y marzo.

En la figura anterior se tiene los procesos operativos en el periodo de estudio, tiene un incremento relevante respecto al periodo anterior.

Dimensión 2: Controlar procesos

Indicador: Inspecciones

Recolección de datos de dimensión controlar procesos

Meses del 2020	Periodo	Inspecciones cumplidas	Inspecciones programadas	Inspecciones cumplidas / Inspecciones programadas	% Promedio
ENERO	semana 1	16	22	72.73%	78.26%
	semana 2	22	25	88.00%	
	semana 3	23	28	82.14%	
	semana 4	30	38	78.95%	
FEBRERO	semana 1	23	27	85.19%	
	semana 2	21	26	80.77%	
	semana 3	22	30	73.33%	
	semana 4	23	30	76.67%	
MARZO	semana 1	16	21	76.19%	
	semana 2	16	21	76.19%	
	semana 3	17	23	73.91%	
	semana 4	30	40	75.00%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene el resultado de las mediciones de la dimensión control de procesos correspondiente al primer trimestre con un promedio de 78.26% con lo que se comprueba que está cumpliendo significativamente las inspecciones que se programan para un buen servicio.

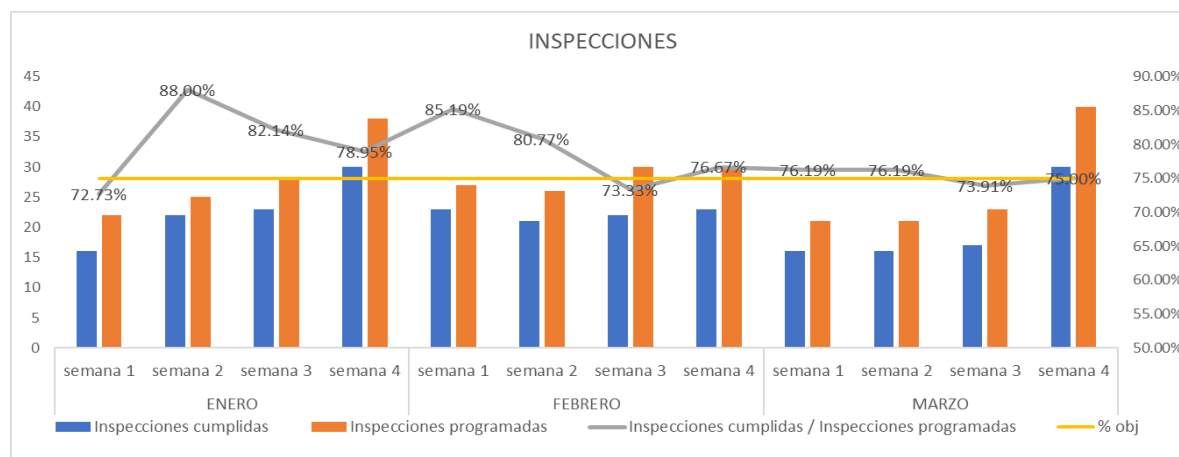


Diagrama de inspecciones de los periodos enero, febrero y marzo.

En la figura se tiene el resultado de las inspecciones realizadas comprobando que

se han cumplido conforme a lo programado.

Dimensión: Mejorar procesos

Indicador: Acciones correctivas

Recolección de datos de mejora de procesos.

Meses del 2020	Periodo	Acciones correctivas efectuadas	Total acciones correctivas	Acciones correctivas efectuadas / Total acciones correctivas	% Promedio
ENERO	semana 1	15	18	83.33%	79.73%
	semana 2	14	18	77.78%	
	semana 3	16	19	84.21%	
	semana 4	16	20	80.00%	
FEBRERO	semana 1	14	17	82.35%	
	semana 2	14	18	77.78%	
	semana 3	12	16	75.00%	
	semana 4	14	17	82.35%	
MARZO	semana 1	11	14	78.57%	
	semana 2	15	19	78.95%	
	semana 3	13	17	76.47%	
	semana 4	20	25	80.00%	

Fuente: Datos de la empresa

En la tabla se tiene que la mejora de procesos en el trimestre logro un promedio de 79.73% con lo que se comprueba un incremento en las acciones correctivas necesarias para el buen cumplimiento del servicio.

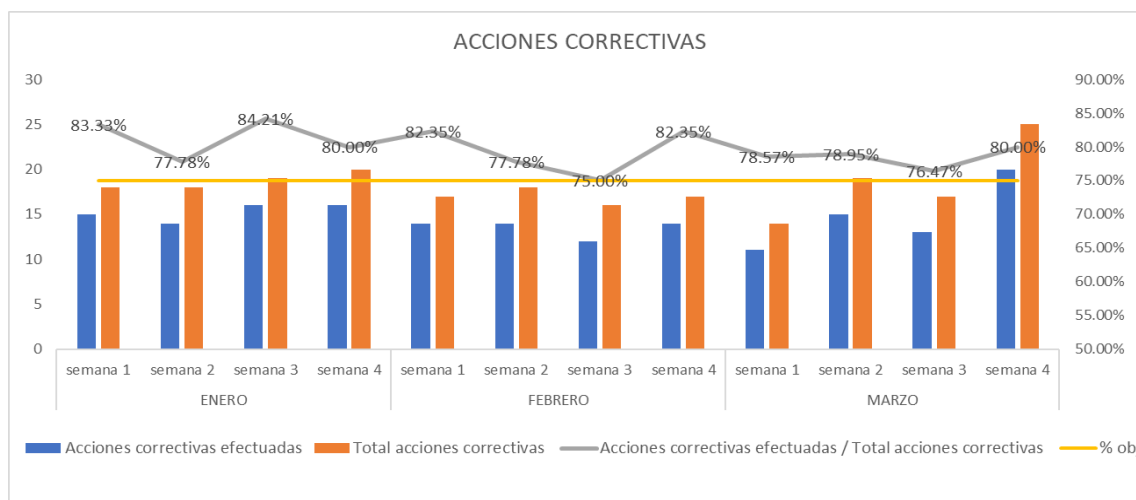


Diagrama de acciones correctivas de los periodos enero, febrero y marzo.

En la figura se tienen representado las acciones correctivas, las cuales reflejan un incremento de mejoras en una buena labor del personal en cuanto a resolver los inconvenientes presentes durante el trimestre.

Anexo 15. Representando los resultados de la variable dependiente.

Rendimiento del servicio	Clientes atendidos	
	Enero -2020	112121
	Febrero -2020	108461
	Marzo -2020	123129
	Total	343,712
	Porcentaje de representación	4.35%

Satisfacción del cliente	Cantidad de clientes satisfechos	
	Enero-2020	786
	Febrero-2020	711
	Marzo-2020	829
	Total	2326
	Porcentaje de representación	6.66%

Anexo 16. Área centro de atención telefónica al cliente.



Anexo 17. Área de Formación para los asesores.



Anexo 18. Tipos de proceso



Fuente: ISO 9001 – Gestión Por Procesos

La definición del proceso determinara a identificar todas las actividades que no generan valor, y a los que aportan al servicio o producto, estos tres procesos ayudan a la organización a tomar decisiones, cumpliendo requisitos, ayudando al resto de los procesos puedan funcionar, es por eso la importancia de tener una relación de todos los elementos que conforman los procesos y los que interactúan.

Anexo 19. Autorización de la empresa

Lima, 05 de noviembre del 2019

Señor

Dr. Robert Julio Contreras Rivera

Director Nacional de la Escuela Profesional De Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Este

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TESIS DE INVESTIGACIÓN

Yo Enrique Córdova Redtegui, identificado con DNI 45047615 de LIMA, en mi calidad de representante legal de la empresa SCC, autorizo al estudiante Luis Fermín Noa Chelín, Juan Sifuentes Zúñiga estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial, de la Universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Este, a utilizar información confidencial de la empresa para el desarrollo del proyecto de tesis denominado **“IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN EL ÁREA DE OPERACIONES PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EMPRESA SCC, LIMA 2020”**. Como condiciones contractuales, el estudiante se obliga a (1) no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, expedientes, escritos, artículos, contratos, estados de cuenta y demás materiales) que, con objeto de la relación de trabajo, le fue suministrada; (2) no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fuesen observadas en la empresa durante la duración del proyecto y (3) no utilizar completa o parcialmente ninguno de los productos (documentos, metodología, procesos y demás) relacionados con el proyecto. El estudiante asume que toda información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtenga del mismo podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la Escuela de Profesional de Ingeniería Industrial.

Atentamente,



Enrique Córdova Redtegui
Gerente
Servicios Cal Center del Perú S.A.
Lima - Perú