



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Aplicación de la mejora continua y su efecto en la calidad de servicio
en una empresa de marketing, Lima 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTORES:

Macines Díaz, Zahida Mariasoledad: (ORCID: 0000-0003-1385-3865)

Nureña Alcántara, Christopher Jean Pierre: (ORCID: 0000-0003-4039-7770)

ASESOR:

Mg. Luís Edgardo Cruz Salinas (ORCID: 0000-0002-3856-3146)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Gestión de la Seguridad y Calidad

CHEPÉN - PERÚ

2020

Dedicatoria

Por parte de Macines Díaz Zahida M.

Este trabajo está dedicado a mis padres, por el apoyo y la guía que me fue brindada durante el desarrollo y termino de este proyecto.

A mi hermana que, a pesar de aun ser joven, con sus comentarios y humor logró darme el alivio que necesitaba durante el tiempo que se hizo el proyecto.

Por parte de Nureña Alcantara Christopher Jean Pierre.

Agradezco el apoyo de mi padre, con su ayuda logré dar término a este proyecto de gran importancia en mi educación superior.

A mis tías por sus consejos y acotaciones, brindándome una perspectiva adecuada para un mejor enfoque.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por permitirnos terminar este proyecto y por darnos la fuerza en los momentos donde de mayor dificultad.

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional.

Al profesor Luis Edgardo Cruz Salinas quien nos apoyó en el desarrollo del proyecto y gracias a su guía logramos dar término a una investigación con gran importancia para nosotros.

Agradezco a mis compañeros de trabajo por su apoyo, ayuda y confianza en todo el tiempo en el cual se llevó a cabo el desarrollo del proyecto.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	14
3.2 Variables y Operacionalización	14
3.3 Población, muestra y muestro	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5 Procedimientos	17
3.6 Método y Análisis de datos	17
3.7 Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN:.....	61
VI. CONCLUSIONES.....	64
VII. RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Alfa de Cronbach.....	16
Tabla 2. Problemas de la empresa.....	18
Tabla 3. Resultados Ítem 1.....	20
Tabla 4. Resultados Ítem 2.....	20
Tabla 5. Resultados Ítem 3.....	21
Tabla 6. Resultados Ítem 4.....	21
Tabla 7. Resultados Ítem 5.....	22
Tabla 8. Resultados Ítem 6.....	22
Tabla 9. Resultados Ítem 7.....	23
Tabla 10. Resultados Ítem 8.....	23
Tabla 11. Resultados Ítem 9.....	24
Tabla 12. Resultados Ítem 10.....	24
Tabla 13. Resultados Ítem 11.....	25
Tabla 14. Resultados Ítem 12.....	25
Tabla 15. Resultados Ítem 13.....	26
Tabla 16. Resultados Ítem 14.....	26
Tabla 17. Resultados Ítem 15.....	27
Tabla 18. Resultados Ítem 16.....	27
Tabla 19. Resultados Ítem 17.....	28
Tabla 20. Resultados Ítem 18.....	28
Tabla 21. Resultados Ítem 19.....	29
Tabla 22. Resultados Ítem 20.....	29
Tabla 23. PHVA: Planificar	31
Tabla 24. Inventario ABC	32
Tabla 25. Cronograma de Capacitaciones	38
Tabla 26. Resumen Checklist – Antes	39
Tabla 27. Calculo de Utilidad.....	40
Tabla 28. Frecuencia de Uso	41
Tabla 29. Resumen Checklist - Después	46
Tabla 30. Resumen Checklist ANTES - DESPUÉS	47
Tabla 31. Resultados Ítem 1 (Post)	48
Tabla 32. Resultados Ítem 2 (Post)	49
Tabla 33. Resultados Ítem 3 (Post)	49
Tabla 34. Resultados Ítem 4 (Post)	50
Tabla 35. Resultados Ítem 5 (Post)	50
Tabla 36. Resultados Ítem 6 (Post)	51
Tabla 37. Resultados Ítem 7 (Post)	51
Tabla 38. Resultados Ítem 8 (Post)	52
Tabla 39. Resultados Ítem 9 (Post)	52
Tabla 40. Resultados Ítem 10 (Post)	53
Tabla 41. Resultados Ítem 11 (Post)	53
Tabla 42. Resultados Ítem 12 (Post)	54
Tabla 43. Resultados Ítem 13 (Post)	54
Tabla 44. Resultados Ítem 14 (Post)	55

Tabla 45. Resultados Ítem 15 (Post)	55
Tabla 46. Resultados Ítem 16 (Post)	56
Tabla 47. Resultados Ítem 17 (Post)	56
Tabla 48. Resultados Ítem 18 (Post)	57
Tabla 49. Resultados Ítem 19 (Post)	57
Tabla 50. Resultados Ítem 20 (Post)	58
Tabla 31. Satisfacción del Cliente Comparativa	58
Tabla 32. Prueba de Normalidad.....	60
Tabla 33. Prueba de Wilcoxon	60

Índice de figuras

Figura 1: Diagrama de Ishikawa.....	9
Figura 2: PHVA	11
Figura 3. Diagrama de Pareto	18
Figura 4. Nivel de Satisfacción de Clientes	19
Figura 5. Porcentaje de Clasificación ABC.....	32
Figura 6. Manual de Atención al Cliente (ANEXO 7).....	34
Figura 7. Modelo Tarjeta Roja.....	40
Figura 8. Artículos en el suelo.....	42
Figura 9. Artículos Ordenados.....	42
Figura 10. Zona de Diseño Ordenada	43
Figura 11. Comparación ANTES – DESPUÉS Checklist.....	47
Figura 12. Satisfacción del Cliente (Post-Applicación)	48
Figura 13. Satisfacción del Cliente Comparativa.....	58

Resumen

En este trabajo se tiene como objetivo el determinar el efecto de la aplicación de la mejora continua en la calidad de servicio en una empresa de marketing, en el cual se utilizó la investigación aplicada con una población de 160 clientes de los cuales 150 fueron encuestados, siendo este el principal instrumento empleado para dar solución en la aplicación del método PHVA donde se utilizó la herramienta 5's. A comparación de los primeros resultados donde solo se obtuvo un nivel de satisfacción de un 80% en la última aplicación de la encuesta brindó un aumento de dicho resultado, elevándose a un 92%, dando como conclusión que el empleo de dicha herramienta a largo plazo solo aumentaría dicha diferencia brindando un mejor resultado a la empresa mejorando así su nivel de empleabilidad y mejor oportunidad en el mercado del marketing.

Palabras clave: método phva, nivel de satisfacción, herramienta 5's, mejora continua.

Abstract

The objective of this work is to determine the effect of the application of continuous improvement in the quality of service of a marketing company, in which applied research was used with a population of 160 clients of which 150 were surveyed, this being the main instrument used to provide solution in the application of the PHVA method where the 5's tool was used. Compared to the first results where only a level of satisfaction of 80% was obtained in the last application of the survey gave an increase of this result, 92%, concluding that the use of such a tool in the long term would only increase this difference, giving the company a better result, thus improving its level of employability and better opportunity in the marketing market.

Keywords: phva method, satisfaction level, 5's tool, continuous improvement.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CRUZ SALINAS LUIS EDGARDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA y Escuela Profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "APLICACIÓN DE LA MEJORA CONTINUA Y SU EFECTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA EMPRESA DE MARKETING, LIMA 2020", del (los) autor (autores) MACINES DIAZ ZAHIDA MARIASOLEDA, NUREÑA ALCANTARA CHRISTOPHER JEAN PIERRE, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Chepén, 12 de mayo de 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CRUZ SALINAS LUIS EDGARDO DNI: 19223300 ORCID 0000-0002-3856-3146	Firmado digitalmente por: LECRUZS el 12 May 2021 18:03:00