



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de
Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Empresarial**

AUTORAS:

Castillo Carlin, Gabriela Melissa (ORCID: 0000-0001-8677-8945)

Panta Pingo, Betty Isabel (ORCID: 0000-0002-1617-908X)

ASESOR:

Mg. Rodríguez Alegre, Lino Rolando (ORCID: 0000-0002-9993-8087)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Estrategia y planteamiento

PIURA - PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedicamos a nuestros padres, porque son la razón de nuestra existencia para seguir logrando cada uno de los propósitos planteados en nuestra vida; asimismo, nos brindaron su apoyo incondicional y confianza para culminar nuestra carrera.

Agradecimiento

A Dios porque nos ha brindado sabiduría e inspiración para llevar a cabo el proceso de desarrollo de nuestro trabajo; al mismo tiempo a la Tienda Lismey por brindarnos las facilidades para obtener información.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MARCO TEÓRICO.....	15
III. METODOLOGÍA.....	24
3.1. Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Variable, operacionalización	26
3.3. Población, muestra y muestreo.....	27
3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	28
3.5. Procedimiento	29
3.6. Método de análisis de datos.....	29
3.7. Aspectos éticos	29
IV. RESULTADOS.....	31
V. DISCUSIÓN	44
VI. CONCLUSIONES	51
VII. RECOMENDACIONES	52
VIII. PROPUESTA.....	53
REFERENCIAS.....	75
ANEXOS	88

Índice de tablas

Tabla 1.	Personal de las diferentes áreas de la cadena de Tiendas	27
Tabla 2.	Descripción de la planificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY	31
Tabla 3.	Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk.....	32
Tabla 4.	Correlación entre la planificación de la mejora continua y calidad del servicio	33
Tabla 5.	Relación entre la ejecución de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY	34
Tabla 6.	Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk.....	35
Tabla 7.	Correlación entre la ejecución de la mejora continua y calidad del servicio	35
Tabla 8.	Relación entre la verificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY	36
Tabla 9.	Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk.....	36
Tabla 10.	Correlación entre la verificación de la mejora continua y calidad del servicio	37
Tabla 11.	Relación entre la acción de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY	38
Tabla 12.	Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk.....	39
Tabla 13.	Correlación entre la acción de la mejora continua y calidad del servicio	39
Tabla 14.	Relación entre el plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas LISMEY	40
Tabla 15.	Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk.....	43
Tabla 16.	Correlación entre el plan de mejora continua y calidad del servicio ...	43
Tabla 17.	Identificación de los factores internos.....	58
Tabla 18.	Evaluación de los factores interno	58
Tabla 19.	Formulación de las estrategias internas	59
Tabla 20.	Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	62

Tabla 21.	Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	62
Tabla 22.	Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	62
Tabla 23.	Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	62
Tabla 24.	Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	63
Tabla 25.	Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	64
Tabla 26.	Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	64
Tabla 27.	Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	64
Tabla 28.	Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	65
Tabla 29.	Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	65
Tabla 30.	Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	68
Tabla 31.	Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas.....	68
Tabla 32.	Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	68
Tabla 33.	Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	68
Tabla 34.	Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas	68
Tabla 35.	Consolidado de costos del plan de mejora	73
Tabla 36.	Ingreso y egreso de la cadena de Tiendas LISMEY Periodo 2019.....	73
Tabla 37.	Ingreso y egreso de la cadena de Tiendas LISMEY, proyección 2020 al 2021	74
Tabla 38.	Relación beneficio sobre costos	74

Índice de figuras

Figura 1.	Situación del plan de mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY.	41
Figura 2.	Situación de la calidad de servicio en la cadena de Tiendas LISMEY.	42
Figura 3.	Organigrama de la Cadena de Tiendas LISMEY.....	54
Figura 4.	Cadena de valor de las Tiendas LISMEY	57

Resumen

La presente investigación tiene como propósito: Determinar la relación entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020. La metodología empleada fue de tipo aplicada, diseño no experimental, transversal y correlacional mediante un enfoque cuantitativo. Utilizando instrumentos como el cuestionario y herramientas de ingeniería empresarial, mientras que la población estuvo conformada por 26 colaboradores de la Cadena de Tiendas Lismey. Entre sus principales resultados se encontró que existe una relación significativa entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,946^{**}$; $p = ,000^b$), concluyendo de esta manera que mediante el diagnóstico de la calidad del servicio, se evidenció una serie de falencias relacionadas con los procesos de almacenamiento tales como: la falta de planificación en las actividades laborales, la necesidad de flujos de control y programas de seguimiento que permitan ejecutar las actividades laborales de manera efectiva, la falta de capacitación laboral; debido a esto se propone un plan de mejora continua para el periodo 2021, de un costo de S/. 10,717.60 respecto al modelo PHVA, con un B/C de 2.83, permitiendo mejorar las calidades de servicio en la atención a los clientes.

Palabras clave: Planificación, ejecución, calidad, servicio y mejora

Abstract

The purpose of this research is: To determine the relationship between the continuous improvement plan and the quality of the service in the LISMEY Commercial Store Chain. Sullana - Piura. 2020. The methodology used was of an applied type, non-experimental, cross-sectional and correlational design, using a quantitative approach. Using instruments such as the questionnaire and business engineering tools, while the population was made up of 26 employees of the Lismey Store Chain. Among its main results it was found that there is a significant relationship between the continuous improvement plan and the quality of the service, being ($\rho = .946^{**}$; $p = .000b$), thus concluding that by diagnosing the quality of the service, a series of shortcomings related to the storage and dispatch processes were evidenced, as the lack of planning in work activities, the need for control flows and monitoring programs that allow the work activities to be carried out effectively, the lack of job training, for which a continuous improvement plan is proposed for the 2021 period, at a cost of S / . 10,717.60 compared to the PHVA model, with a B/C of 2.83, allowing to improve the quality of service in customer service.

Keywords: Planning, execution, quality, service and improvement

I. INTRODUCCIÓN

El crecimiento del mundo empresarial ha generado cambios en la estructura organizacional y la calidad en los servicios, haciéndose necesarios planes de mejora continua como aspecto fundamental para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado en sectores altamente competitivos, sin embargo, son pocas las empresas o unidades de negocios que hacen uso de estos tipos de planes, sumados a la falta de conocimiento de cada fase de mejora.

Siendo el plan de mejora continua una herramienta que permite mejorar la calidad de las empresas, mediante procesos que integran los factores y la valoración de los servicios por parte de los clientes. Según Reyes (2019) indica que las unidades de negocio muestran una relación con puntos críticos (PC) respecto a las actividades que realiza internamente, mediante sus procesos de pedidos y clasificación de productos, así como los procesos que comprenden la atención y despacho de los clientes, porque en su mayoría no han implementado un adecuado (P) plan, (H) hacer, (V) verificar y (A) actuar.

La Consultora Internacional Imprimen – CII, (2019) detalla que el plan de mejora continua permite fortalecer la calidad del servicio, sumado a las herramientas de; “PDCA y EFQM” que comprenden las normas ISO 9001-2015, como base del Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

Para Ávila y Morales (2019), un plan de mejora continua, es un instrumento que permite operar los procesos del SGC, así mismo contribuye al aprendizaje basado a un esquema de seguimiento y control de procesos, siendo necesario la aplicación de las etapas de planear, hacer, verificar y actuar.

Por su parte Ganga (2019) en la investigación acerca de la calidad en los servicios en empresas Chilenas demostró que están asociadas con la confiabilidad, seguridad y aspectos tangibles, por lo cual consideró necesario implementar acciones necesarias en función a incrementar la expectativa y satisfacción por parte de los clientes.

De acuerdo a Borja (2019) el plan de mejora continua basado en el modelo PHVA mantiene una relación con la calidad del servicio, puesto que uno de sus objetivos

es mejorar los procesos de atención al cliente, mediante un conjunto de actividades y utilización de herramientas de ingeniería.

Según Prada (2017) la calidad de los servicios que buscan constantemente las tiendas, debe contener un plan de mejora continua, proporcionando a largo plazo satisfacer a los clientes pues genera ventaja competitiva en el sector, como sucede en algunas tiendas de Colombia, donde la mejora continua de los procesos en los servicios se acerca al 70% de los negocios.

Para Acosta (2017) es importante el desarrollo de actividades empresariales ya que permite fortalecer la calidad de los servicios y satisfacción de los clientes mediante la interacción personal, solución de problemas y política de calidad que se ajusten a sus requerimientos.

Respecto a la Metodología para un plan de mejora continua a nivel empresarial, según Proaño (2017), consideran que son un conjunto de acciones planteadas, organizadas, integradas y sistematizadas para generar ciertos cambios mediante procedimiento para su aplicación adecuada que proporciona ciertos beneficios de mejora.

Desde la perspectiva del sector empresarial nacional, la calidad del servicio de las tiendas comerciales en el Perú es deficiente y alcanza al 75% de los negocios. Para Ibáñez (2019), el 66% de los clientes califican los procesos de atención de estas empresas en niveles bajos y medios, pues no satisfacen sus necesidades, principalmente en la rapidez de sus productos o despacho inmediato.

Según Gutiérrez (2019), en el país, un ejemplo de la calidad del servicio es el Supermercado Comercial Plaza Vea que cuenta con un plan basado en la relación mutua con los clientes y con sus proveedores, enfoque en los procesos y decisiones correctas que han establecido las bases para mejorar sus servicios a largo plazo.

De acuerdo a Herrera (2019), las unidades de negocio del Perú, deben fortalecer la calidad de sus servicios estableciendo planes de mejora utilizando herramientas de ingeniería mediante el modelo PHVA. Esto permite la gestión de los procesos de las diferentes áreas del negocio para ofrecer una calidad de servicio más adecuado.

Según el Instituto Nacional de Calidad en el Perú - INACAL (2018), los planes de mejora continua en la mayoría de los negocios peruanos son deficientes siendo necesario aplicar flujos, diagramas e histogramas que proporcionen datos necesarios para tomar acciones de mejora que se reflejen en los resultados.

El problema de la Cadena de Tiendas Lismey, localizado en Bellavista – San Jacinto de la Ciudad de Sullana – Piura está en la calidad del servicio que brinda a sus clientes para lo cual se propone un Plan de mejora continua y la del. Esta inició sus actividades comerciales hace 15 años buscando posicionarse en el mercado. Ofrece variedad de productos de primera necesidad como: lácteos, harinas, alimentos preparados, limpieza, papelería y otros productos industrializados.

La venta es al por mayor y menor y cuenta con tres tiendas de abarrotes. Se podría afirmar que Tiendas Lismey tiene un posicionamiento en el sector comercial, sin embargo, sus actividades cotidianas las realiza de manera tradicional. Así, en cuanto a los procesos logísticos de almacén y atención no cuenta con el apoyo de sistemas que le permita llevar adecuadamente los inventarios de los productos y su seguimiento desde su adquisición hasta la comercialización final.

Además, no se tiene un adecuado control y verificación de los productos, hay demora en la entrega de los productos, el personal no está debidamente capacitado, la respuesta a reclamos de clientes es inadecuada. A pesar de contar con una infraestructura adecuada, los productos almacenados se encuentran desorganizados afectando su ubicación y el tránsito del personal.

Para erradicar la problemática de la cadena de Tiendas LISMEY, es necesario proponer un plan de mejora continua basado en el modelo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar), para ofrecer una mejor calidad de servicio pues las falencias que presenta la Cadena de Tiendas LISMEY, se centran en la parte operacional; esto es: en los procesos de atención, registro y distribución de los ambientes

Para el desarrollo de la investigación, fue necesario formular el problema general;

¿De qué manera se relaciona el plan de mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY, Sullana - Piura? 2020?

En la cual se deriva a los problemas específicos, que son;

¿Cuál es la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY, Sullana - Piura? 2020?

¿Cuál es la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY? Sullana - Piura. 2020?

¿Cuál es la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY? Sullana - Piura. 2020?

¿Cuál es la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY? Sullana -Piura. 2020?

En relación a la justificación del estudio, Hernández y Mendoza (2018) mencionan que esta abarca las razones fundamentales en la cual se está desarrollando el estudio, considerando los criterios que justifiquen su relevancia.

Desde una relevancia práctica

Debido a que el estudio, comprendió la elaboración de un plan de mejora continua basado en el modelo PHVA: (P) planificar, (H) hacer, (V) verificar y (A) actuar con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de la Cadena de Tiendas Comerciales, mediante las técnicas y herramientas de ingeniería, conociendo previamente los procesos que inicia desde la solicitud de pedido hasta el despacho final, así como la gestión de los productos y espacios, para identificar los puntos críticos (PC) y de esta manera poder proponer el modelo de mejora que permitirá la reducción de tiempos en los procesos de atención y mejora de la calidad del servicio.

Desde una relevancia económica

Debido a que la propuesta del plan de mejora continua basado al modelo PHVA, permitirá mejorar la calidad del servicio mediante un análisis comparativo a través

de flujos de procesos que se identifican en una atención promedio que proporcionara una mayor continuidad de los clientes habituales y futuros clientes que se manifestará por el incremento en los márgenes de venta e incidirá en los flujos de efectivo de sus actividades comerciales durante cada jornada.

De acuerdo a la hipótesis general, esta fue formulado de la siguiente manera;

Existe una relación significativa entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Mientras que la hipótesis específica, fueron;

La planificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

La ejecución de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

La verificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

La acción de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Respecto al objetivo general, este fue formulado de la siguiente manera:

Determinar la relación entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Mientras que los objetivos específicos fueron:

Establecer la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Evaluar la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Establecer la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Evaluar la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Con el fin de fundamentar el estudio, es necesario la utilización de aportes científicos de índole internacional y nacional, con respecto a las variables; Plan de mejora continua y calidad del servicio. A continuación, se detallan:

De acuerdo a Bernal (2018) en su trabajo de investigación denominado; *Propuesta de mejoramiento del proceso de servicio al cliente en la empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S.* Tuvo como objetivo general; Mejorar los tiempos de respuesta del servicio al cliente en la empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S. utilizando una metodología de tipo descriptiva, diseño no experimental y transversal. Entre sus resultados se identificó que las principales causas que origina el problema, están asociados a un 22% de insatisfacción del servicio al cliente, un 15% la falta de capacitación al personal y un 13% la falta de procesos y formación laboral, por lo que se propuso como alternativa el plan de mejora PQR, que ha permitido mejorar los servicios de atención, así mismo establecer un plan de capacitación, que se efectuará a través del plan de mejora continua.

Según Miquel (2017) en su trabajo de investigación denominado; *Implementación de un proceso de mejora continua en empresas de servicios, perteneciente a la Universidad de Chile.* Tuvo como objetivo general implementar una propuesta basada en procesos de mejora continua en una empresa de servicios, utilizando una metodología de tipo descriptiva y diseño no experimental, aplicando los instrumentos como fichas de evaluación y guía documental respecto a los procesos de la empresa de servicios. Entre sus resultados se obtuvo que la implementación de un plan de mejora continua basado en procesos fue conformado por cinco fases, que comprenden; inicio, diagnóstico, plan, actuar y aprender, logrando que se modificara el 100% de los procesos de manera exitosa, así mismo se mejoraron en un 90% cada proceso que involucra la operación sistemática durante el servicio

al cliente, concluyendo que se logró un mayor aprendizaje y un mecanismo sistematizado que permitiera mejorar las experiencias de cambio de los procesos en los servicios que ofrece la empresa a sus clientes.

Mientras Sotelo (2016) en su trabajo de investigación denominado; *La gestión de procesos de mejora continua como estrategia generadora de ventaja competitiva aplicadas a MyPES: Caso peruano*, perteneciente a la Universidad Politécnica de Catalunya – UPC, Barcelona, España. Tuvo como objetivo general desarrollar una propuesta de mejora en los procesos de gestión para las MyPES peruanas como ventaja competitiva. Utilizando una metodología de tipo descriptiva y de campo, aplicando los instrumentos como entrevista en profundidad y ficha técnica. Entre sus resultados se obtuvo en función a la calidad, que 459 MyPES, el 61.4% cuentan con especificaciones técnicas de sus productos, mientras que en la herramienta de calidad, el 31.4 % no hace uso de elementos de calidad, sin embargo entre los cuatro sectores estudiados, el 68.6% si emplea herramientas de calidad en sus procesos de producción, pero no son óptimas o efectivas, para concluir el desarrollo de una propuesta de Norma ISO 9001:2008 y el Modelo de excelencia EFQM, permitirá fortalecer la calidad y mejora de sus actividades.

Según Hidalgo (2015) en su trabajo de investigación denominado; *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo*, perteneciente a la Universidad Autónoma de los Andes, Ecuador. Su objetivo general; diseñar un modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo utilizando una metodología de tipo descriptiva, mientras su diseño es no – experimental y transversal. Entre sus resultados se obtuvo que el 37% de los usuarios consideran la calidad de atención recibida como inadecuada, el 56% indica que los procedimientos no están correctamente establecidos, el 52% indica que existe una necesidad de requerimientos de mejora, siendo el 20% que indica que estas mejoras deben estar relacionados con los procesos y el 40% con el servicio de atención al cliente, por lo cual, mediante el modelo de mejora, permitirá fortalecer la calidad de servicio.

Para Izquierda (2016) en su trabajo de investigación denominado; *Desarrollo de una propuesta de un Plan de Mejora Continua Aplicado a la Empresa Comercial*

Abad Mendieta CIA. LTDA, perteneciente a la Universidad del AZUAY, Cuenca, Ecuador. Su objetivo general; Desarrollo de un plan de mejora continua aplicado a la empresa Comercial Abad Mendieta CIA. LTDA. Utilizando una metodología de tipo descriptiva – analítica, mientras su diseño es no – experimental y transversal. Entre sus resultados se obtuvo la necesidad de proponer el ciclo PHVA, por la cual se desea mejorar un 60% la situación en función a los procesos y actividades operativas que se desarrollan, permitiendo monitorear los indicadores de control y estableciendo una mejora continua en sus actividades, optimizan la capacidad de acopio y estandarización de sus procesos.

De acuerdo a Rivas (2019) en su trabajo de investigación denominado; *Propuesta de un plan de mejora para optimizar la gestión del proceso de transporte de Inversiones ZAMCAR S.A.C.*, perteneciente a la Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Su objetivo general; Optimizar la gestión del proceso de transporte de Inversiones Zamcar S.A.C. mediante un Plan de Mejora. Utilizando una metodología de tipo descriptiva, mientras su diseño es no – experimental y transversal. Entre sus resultados se obtuvo que existen una serie de deficiencias relacionados con los procesos de atención, por lo cual mediante el plan de mejora continua, se logró una reducción del 15% las fallas o paradas de los vehículos que prestan servicio a sus principales clientes, así mismo se implementó una mejora en el mantenimiento operativo y mecánico de los vehículos logrando una eficiencia del 19,80%, además de la formación del personal a través de la mejora continua respecto a las fases de planificación y monitoreo de las actividades.

Según Chumpitaz (2018) en su trabajo de investigación denominado; *Implementación de un sistema de mejora continua para el área de logística en la productividad de la empresa ARQ*, perteneciente a la Universidad San Martín de Porres tuvo como objetivo general; implementar un sistema de mejora continua para el área de logística en la productividad. Utilizando una metodología de tipo descriptiva, mientras su diseño es no – experimental y transversal. Siendo su muestra 16 colaboradores, aplicando los instrumentos como un cuestionario estructurado. Entre sus resultados se obtuvo que las acciones en funciones del área de logística y almacén incrementa de 31% a 35% la productividad. Además, la propuesta de solución ayudará a planificar los gastos reales de la empresa,

distribuyéndolas de manera ordenada durante todo el año, mejorando la rentabilidad a 23.14% y una tasa de retorno de 23.10%, concluyendo que la solución establece indicadores reales de financiamiento durante toda la empresa, siendo necesario el rediseño del proceso de planificación y operatividad.

Por su parte Llauce (2018) en su trabajo de investigación denominado; *Mejora continua y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil del Perú*, perteneciente a la Universidad Autónoma del Perú, tuvo como objetivo general; determinar la relación entre la mejora continua y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil del Perú. Utilizando una metodología de tipo correlacional, mientras su diseño es no – experimental. Entre sus resultados se obtuvo que la calidad de atención fue calificada un 76,67% nivel regular, debido a que no se está cumpliendo efectivamente con la atención a los clientes, la fiabilidad fue calificado un 50% nivel regular, mientras que los procesos de mejora continua fueron calificados un 43,33% regular, la comunicación fue calificada un 53,33% nivel regular, demostrando que existe un alto nivel de relación entre la mejora continua y calidad del servicio en la empresa.

Por su parte Alarcón (2017) en su trabajo de investigación denominado; *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa Servifreno* perteneciente a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú, tuvo como objetivo general; diseño de un plan de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios. Utilizando una metodología de tipo descriptiva, pro positiva y explicativa, mientras su diseño es no – experimental. Siendo su muestra 263 clientes habituales de la empresa, aplicando un pre y post cuestionario basado en la mejora continua. Entre sus resultados se obtuvo que la fiabilidad del servicio fue valorado en 38%, la capacidad de respuesta en 34%, la seguridad en 35% y la empatía en 42%, concluyendo que el modelo de mejora continua basado en procesos influye positivamente en la calidad de los servicios que perciben los clientes.

Según Garcia (2017) en su trabajo de investigación denominado; *Propuesta de mejora de atención al cliente en la Empresa Lumen Ingeniería S.A.C.*, perteneciente a la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Tuvo como objetivo general;

Proponer una mejora en la atención al cliente desde el contacto hasta el envío de la cotización en la empresa Lumen Ingeniería S.A.C. Utilizando una metodología de tipo descriptivo y explicativo, mientras su diseño es no experimental. Entre sus resultados se obtuvo que mediante la planificación y ejecución de la mejora en la atención, se logró un 35, sin embargo es necesario realizar una serie de acciones de evaluación para incrementar los niveles de satisfacción de los clientes.

Mientras tanto Cornejo y Federick (2017) en su trabajo de investigación denominado: *Propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central de Franco Supermercados*, perteneciente a la Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú, tuvo como objetivo general realizar una propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central, utilizando una metodología de tipo descriptivo y explicativo, mientras su diseño es no experimental. Siendo su muestra de cinco tiendas, aplicando los instrumentos como fichas de observación y cuestionario para medir el desempeño del almacén, así como el nivel del servicio. Entre sus resultados se obtuvo que la propuesta de un plan de mejora permitirá mejorar los tiempos en la capacidad de respuesta de los pedidos, a través de la etapa de planificación, previamente realizando un diagnóstico, mientras la evaluación financiera proporcionó un VAN de S/. 1,549,704.00, y su índice de (B/C) de 1.02, mientras el (PRI) de 4 años y 1 mes, concluyendo que el plan de mejora continua en los procesos es viable y es necesario que la empresa en expansión lo logre implementar.

Siendo Quiliche (2016) en su trabajo de investigación denominada; *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria*, perteneciente a la Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú tuvo como objetivo general; Diseñar la mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria, utilizando una metodología de tipo descriptiva y diseño no experimental – transversal. Siendo su muestra 87 clientes, aplicando los instrumentos como cuestionario, guía de entrevista y análisis documental. Entre sus resultados se obtuvo que la propuesta de un modelo de mejora continua basado en planificar, hacer, controlar y actuar (PHVA) permitirá a la empresa mejorar la atención de los clientes un 34.48%, la capacidad respuesta un 11.49%, la empatía un 32.18% y la

calidad del servicio un 34.48%, concluyendo también que la propuesta de distribución en los ambientes mediante el modelo LAYOUT, permitirá fortalecer la mejora de la calidad de los servicio a los clientes bajo la mejora continua.

Respecto a las teorías relacionadas al tema, para definir la variable mejora continua, Storch y otros (2019) afirman que la mejora continua es un conjunto de acciones enfocados a obtener un mayor nivel de calidad respecto a los bienes o servicios que ofrece, mediante la mejora de los procesos, organización del cumplimiento de las necesidades y requerimiento de los clientes.

Mientras que Socconini y Reato (2019) lo define como el conjunto de cambios que trae consigo la innovación respecto a recursos humanos, físicos y estructura organizacional, mediante procesos de mejora de forma gradual y ordenada que implica una cultura competitiva que garantiza la permanencia de sus actividades.

Por su parte Rajadell (2019) nos dice que es el conjunto de actividades basados en (P) planificar, (H) hacer, (v) verificar y (A) actuar en una empresa, mediante la utilización de las técnicas y herramientas de mejora que garanticen mantener un constante cambio respecto al procedimiento a nivel interno que implica el compromiso laboral.

De acuerdo a Rojas (2017) explica que es aquella que comprende una serie de fases o etapas fundamentales que comprenden mejorar la calidad de las empresas mediante la planificación de sus actividades, ejecución de las mismas, verificación y acciones de control que garanticen su adecuado desarrollo.

Mientras que Sánchez (2016) que el plan de mejora continua es un proceso elemental basado en la calidad total y la excelencia empresarial, basado en la capacidad que posee una empresa o negocio para poder cumplir de manera eficiente con sus resultados mediante un modelo de mejora continua.

La mejora continua, no categoriza o limita el tipo de empresa que pueda utilizar esta cultura, sino considera la flexibilidad y beneficios que implica su utilización, sin discriminación de la empresa u organización por tamaño o capacidad económica. Según Rajadell (2019) explica que existen cuatro dimensiones que definen la

mejora continua en una empresa, las cuales se dividen en cuatro bloques importantes:

(P) Plan o Planificación: Se refiere a la formulación del objetivo y visión de la mejora continua, diseño de las actividades, cronogramas, técnicas e indicadores requeridos para mejorar dicha situación deficiente del negocio (Rajadell, 2019).

(H) Hacer o Ejecución; se refiere a la etapa donde se desarrolla el plan estratégico, operativo y táctico de la calidad, ejecutando las actividades planificadas anteriormente, garantizando que se cumpla con el plan de mejora continua (Rajadell, 2019).

(V) Verificación o Evaluación; se basa en verificar si se ha cumplido con lo planificado y ejecutado, estableciendo acciones correctivas para generar una mejora consistente sobre las actividades (Rajadell, 2019).

(A) Actuar o Acción: Se refiere aquellas acciones que se realiza para eliminar las no conformidades y se establecen acciones correctivas, preventivas y- de mejora, permitiendo ajustar las directrices. Además, estas fases que corresponden al plan tienen una relación directa con las herramientas de mejora continua, sin embargo, su implementación o propuesta permitirá un lineamiento competitivo y adaptabilidad del mercado actual (Rajadell, 2019).

Según Socconini y Reato (2019) explican que hay una serie de herramientas que mejoran la calidad en las empresas, la cual su conocimiento es imprescindible al momento de realizar un plan de mejora continua. Clasificándolo en dos categorías:

Las herramientas de control de calidad: Son aquellas que implican una relación con la mejora continua, debido a que esta tiene un enfoque con la calidad, la cual se caracteriza por su sencillez, aplicabilidad y utilidad, tales como; flujograma, diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa, hojas de

control, histograma, diagrama de dispersión y control estadístico de procesos (Socconini y Reato 2019).

Las herramientas de mejora de la calidad: Son aquellas que se basan directamente a la mejora continua en las empresas, que se basan en la gestión y planificación, la cual comprende; diagrama de afinidad, relaciones, árbol, matriz, priorización, proceso de decisión y flechas. Siendo estas herramientas idóneas durante el cumplimiento de las fases de un plan de mejora continua, sirviendo como soporte de información técnica que garanticen los objetivos de mejora continua (Socconini y Reato 2019).

Mientras Storch y otros (2019) explican que para llevar a cabo una adecuada mejora en la organización es necesario la aplicación o implementación de herramientas de mejora continua en búsqueda de calidad. Para ello es necesario tener en cuenta el término de “Localización y distribución del ambiente”, la cual, desde esta base, considera la técnica de LAYOUT, que es una referencia relacionada a la distribución y diseño de los ambientes, debido a que es donde se evidencian en la mayoría de las empresas que presentan deficiencias considerables en los procesos que involucra un bien y/o servicio.

En función a la variable calidad del servicio, Blanco (2019) lo define como las experiencias percibidas por el cliente durante el inicio y término del proceso de atención en cumplimiento con sus necesidades y requerimientos solicitados, considerando valorativo la confianza, rapidez y seguridad de sus compras.

Según Cortés (2017) lo define como el conjunto de acciones atendidas en función a poder alcanzar una mayor satisfacción y expectativas del cliente o consumidor, que está relacionado con aquellos elementos de fiabilidad, seguridad, tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía, para lograr cumplir con los objetivos del servicio.

Mientras que Martín y Díaz (2016) define a la calidad del servicio como el nivel de expectativa y percepción de los clientes respecto a un determinado bien ofrecido por una empresa u organización, en función a los elementos que genera un mayor nivel de satisfacción.

Según Baca (2015) la calidad del servicio se define como el cumplimiento de las expectativas a los clientes sobre un determinado servicio que ofrece una empresa o tienda, permitiendo incrementar los niveles de satisfacción en función a un determinado producto que ofrece.

Mientras Cortés (2017) afirma que, para medir la calidad del servicio, es necesario considerar cinco elementos clave que permite conocer si el servicio que percibe los clientes finales es eficiente. A continuación, se detallan:

La fiabilidad (FB): Es aquella relacionada con la confianza que se les brinda a los clientes o consumidores durante el proceso de atención, fortaleciendo las relaciones con los clientes y el compromiso de su compra (Cortés, 2017).

La Seguridad (SG): Esta comprende esencialmente la seguridad que le transmite la empresa en sus compras, así como la respuesta requerida sobre algunas dudas o consulta durante el proceso de atención (Cortés, 2017).

La Tangibilidad (TG): Es aquella que está relacionado con el servicio que percibe los clientes, las cuales están relacionadas con los aspectos físicos, así como las instalaciones, ambientes, equipos o sistemas modernos (Cortés, 2017).

La Capacidad de respuesta (CR): Es aquella basada en el flujo de tiempo que ha atendido o despachado un cliente, relacionado con la rapidez o tiempo que involucra cada proceso de atención al cliente (Cortés, 2017).

La Empatía (EM): consiste en el apoyo del personal de atención respecto a los clientes, garantizando atender sus necesidades y personalizar la atención (Cortés, 2017).

Según Blanco (2019) explica que existen una serie de elementos y funciones que permiten una mayor calidad del servicio que fortalecen la relación con los clientes. Las cuales están determinados por cada uno de los procesos del servicio al cliente: Antes de la venta: Se deben establecer políticas de servicio al cliente, estructura

organizativa, flexibilidad del sistema, así como el servicio de gestión. Durante la venta: Se enfoca en la disponibilidad de existencia. Información de pedidos, consistencia en el ciclo de pedidos, facilidad de realización de los pedidos. Después de la venta: Está relacionada con la garantía, reparación o soporte especializado, atención de la reclamación.

En relación al sistema de información de la calidad del servicio, Martín y Díaz (2016) explica que posteriormente de haber aplicado el modelo SERVQUAL, es necesario medir y controlar los resultados obtenidos en función a fortalecer la calidad del servicio en las empresas. Para ello, considera recabar dicha información a través de las siguientes acciones; análisis de las quejas de los clientes, encuestas posteriores a las compras, encuestas por correo o teléfono, encuesta a los empleados y finalmente la recopilación de datos sobre la realización del servicio.

La importancia de la calidad del servicio, es un aspecto que la mayoría de las empresas se encuentran en la búsqueda, sin embargo esta representa una serie de procesos que se originan durante el inicio y finalización de la compra de un producto, dependiendo específicamente de aquellos elementos que son clave para cumplir con la experiencia por parte de los clientes o consumidores, las cuales están enfocados en aquellos elementos tangibles o físicos, así como la confiabilidad, seguridad y empatía, que deben ser mejorados continuamente por la empresa, proporcionando no solo un producto de calidad sino también un ambiente de confort donde la calidad del servicio se demuestra en todos los aspectos de atención (Blanco, 2019)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Por su finalidad

Según Hernández y Mendoza (2018) la investigación es aplicada debido a que tiene como finalidad generar conocimiento en función a las teorías existentes respecto al “*Plan de Mejora Continua y Calidad del Servicio*”, para resolver la problemática del estudio, transformado el conocimiento básico en técnico. Este tipo de estudio

contempla su aplicación en base a la solución o acciones que contribuyen a reflejar una mejora ante un problema analizado pertinentemente.

Por su nivel

De acuerdo a Reyes (2017) por su naturaleza es de tipo correlacional, debido a que tiene como objetivo, buscar la relación entre dos o mas variables, permitiendo conocer los factores, hechos o sucesos que originan el problema, para posteriormente realizar un análisis y evaluación del nivel correlativo alcanzado mediante un metodo de análisis inferencial que sustenten los objetivos propuestos y contrasten la hipótesis formuladas.

Por su enfoque

Según Hernandez y otros (2014) es cuantitativa, debido a que su utilizan instrumentos que tienen como característica la recolección de datos cuantificables o medibles estadísticos en función a sustentar los objetivos mediante frecuencia o porcentualidad. Es un enfoque que tendrá como base, datos numéricos que serán obtenidos de manera progresiva en el estudio para demostrar el problema existente de manera más representativa.

Por su diseño

Para Hernández y Mendoza (2018) el diseño del estudio es no experiemetal, por que se observarán los hechos o fenómenos en base a los hechos o situaciones de manera natural, puesto que no se construirá ninguna situación o manipulación de las variables. Además este tipo de diseño contempla una pre-evaluación respecto a los hechos que se manifiesten de manera natural, estableciendo una proceso secuencial sobre una situación presente.

Por su alcance temporal

Es transversal o de corte transeccional, debido a que la recolección de datos cuantiativos se realizaran en un periodo limitado de tiempo y espacio, evidenciandose los hechos del presente de manera natural (Hernandez et al., 2014). Lo que indica que la obtención de los datos que recolecten los instrumentos

se basaran en unico tiempo o periodo, que seran suficientes para sustentar el estudio desde una perspectiva corta temporalmente.

3.2 Variable, operacionalización

Variable Independiente: Plan de Mejora continua

Definición conceptual

De acuerdo a Rajadell (2019) lo define como el conjunto de actividades basados en planificar, hacer, verificar y actuar en una empresa, mediante la utilización de las técnicas y herramientas de mejora que garanticen mantener un constante cambio respecto al procedimiento a nivel interno que implica el compromiso de todos los colaboradores.

Definición operacional

Los indicadores que comprenden la variable plan de mejora continua mediante el modelo PHVA, para ello previamente se realizará un diagnóstico para establecer la situación actual de cada fase, empleando un cuestionario a los colaboradores de la Cadena de Tienda LISMEY. 2020.

Variable Dependiente: Calidad del servicio

Definición conceptual

Según Cortés (2017) lo define como el conjunto de acciones atendidas en función a poder alcanzar una mayor satisfacción y expectativa del cliente o consumidor, que está relacionado con aquellos elementos de fiabilidad, seguridad, tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía, para lograr cumplir con los objetivos del servicio deseado.

Definición operacional

Los indicadores que comprenden la variable calidad del servicio serán mediante la valoración de sus elementos, para ello previamente se realizará un diagnóstico para establecer la situación actual mediante un cuestionario al

personal, así mismo se utilizará un diagrama de operaciones DAP para identificar los puntos críticos en la Cadena de Tienda LISMEY. 2020.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Según Cabezas y otros (2018) explican que la población está conformada por un conjunto de individuos o grupo de interés que comprenden una serie de características similares, así mismo pueden estar estructurados por categorías o factores que están sujetos a evaluación, siendo también que conforma parte de un universo de estudio. De tal manera, la población del estudio, comprenderá 26 colaboradores de la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY, de la ciudad de Sullana. A continuación se detallan en función a su estructura organizacional:

TIENDAS COMERCIALES LISMEY	
CARGO	CANT.
- Gerente	01
- Administrador	01
- Atención	08
- Despachadores	12
- Cargadores	04
TOTAL DE PERSONAL (Σ)	26

Tabla 1. Personal de las diferentes áreas de la cadena de Tiendas
Fuente: Estructura organización por cargo.
Planilla laboral Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY.

Criterios de inclusión y exclusión

Se incluyó a todo el personal que se encuentra registrado en la planilla de la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY, respecto al período I – 2020. Se excluyó al personal que presta algún servicio de transporte o carga en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY.

Unidad de análisis

Posteriormente de haber considerado la población de estudio, se pudo determinar que la unidad de análisis abarcará principalmente 26 individuos que conforman la plantilla laboral de la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY.

3.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Para Arias (2016) las técnicas utilizadas en el presente estudio, comprenden una serie de procedimientos y herramientas de ingeniería, con la finalidad de poder recopilar los datos necesarios en función a contrastar los objetivos establecidos en la investigación. A continuación, se detallan:

La encuesta: Es una técnica de tipo cuantitativo que tiene como finalidad la formulación de una serie de interrogantes y alternativas que serán dirigidos o aplicados a un grupo de individuos, permitiendo la recolección de datos necesarios para fundamentar un problema de estudio (Arias, 2016).

La observación: Es una técnica de tipo cuantitativo que tiene como propósito observar de manera directa los procesos o procedimientos secuenciales, así como la situación o fenómeno actual del problema, que contribuirá al desarrollo de los objetivos establecidos en la investigación (Arias, 2016).

Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario: Estuvo estructurado mediante la formulación de dos cuestionarios en escala de Likert, siendo el primer cuestionario que constará de (15) ítems dirigido para medir la variable de mejora continua y un segundo cuestionario que constará de (20) ítems para medir la variable de la calidad del servicio dirigido al personal de la cadena de tiendas comerciales LISMEY, permitiendo sustentar los objetivos.

Diagrama analítico: Es un diagrama de flujos de proceso o curso gramas conocido como DAP, que estuvo compuesto por (13) procedimientos, permitiendo conocer los tiempos en la atención de los clientes, evaluando el tiempo actual y posterior, a través de una serie de gráficos que permitirán analizar la capacidad de respuesta en el servicio de atención.

Validez y confiabilidad

Según Hernández y otros (2014) la validez de los instrumentos comprende una serie de evaluaciones respecto a poder establecer la relación, coherencia y claridad

de los instrumentos que serán aplicados, con el propósito de que estos cumplan con la consistencia técnica requerida en el estudio. De esta manera los instrumentos utilizados en el estudio han sido validados por (03) jueces expertos en la materia de estudio, certificando su aprobación para ser aplicados pertinentemente.

Mientras que la confiabilidad, es el grado o nivel de confianza que posee un instrumento y puede ser valorado de diferentes perspectivas en consideración a la uniformidad de cada ítem o indicador de evaluación (Hernández y otros, 2014). Por el contrario, en este caso se trata de un estudio de evaluación de la calidad del servicio, demostrando que las fuentes son confiables tratándose del personal, gerente y clientes.

3.5. Procedimiento

Los procedimientos que abarca el presente estudio, comprende un cuestionario de 15 ítems para medir la mejora continua y un cuestionario de 20 ítems para medir la calidad de servicio dirigidos al personal de la Cadena de Tiendas LISMEY, así mismo se utilizó un diagrama analítico, estableciendo 13 procedimientos para evaluar los tiempos en los procesos de atención al cliente.

3.6. Método de análisis de datos

En consideración al análisis de los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos, tanto como los cuestionarios y diagrama analíticos o DAP: los datos de tipo cuantitativo pasarán por un procedimiento y estructuración estadística, en la cual se obtendrán gráficos porcentuales que reflejaran la problemática del estudio en función a las variables; *Plan de Mejora continua y calidad del servicio*, para ello se utilizará la herramienta del Excel, para la estructuración de los datos y el software del SPSS V.25 en función a los lineamientos de la investigación.

3.7. Aspectos éticos

Según Abad (2016) los criterios que comprenden el estudio cuantitativo, abarcan aquellos criterios de consentimiento informado, que se refiere a la presentación formal y aceptación por los participantes al momento de la aplicación de los

instrumentos, así como de la institución en donde se realiza dicho contexto de estudio. El principio de confidencialidad y anonimato, se basa a brindar confianza y seguridad a los participantes del estudio al momento que comparten cierta información particular, así mismo de la condición de anonimato, respecto al ocultamiento consentido de la autoría. El principio de respeto y reconocimiento intelectual, en donde se reconocen las diferentes fuentes teóricas, artículos y otros estudios que sirvieron como base para el desarrollo del estudio.

IV. RESULTADOS

El presente apartado tiene como finalidad mostrar los resultados cuantitativos mediante la aplicación del instrumentos, para determinar la relación entre las variables de estudio en tanto al Plan de Mejora Continua (PMC) y la Calidad del Servicio (CS), mediante la utilización de la escala de LIKERT, bajo el método de análisis inferencial de rho de spearman, con la finalidad de representar datos de frecuencia y porcentualidad a través de tablas analíticas y gráficos que reflejen la problemática en función a poder sustentar los objetivos propuestos y contrastar las hipótesis. A continuación, se detallan:

4.1. Resultados estadísticos

4.1.1. Establecer la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

D1. Planificación de la Mejora Continua (P)	<i>Alternativas promedio</i>										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Reconocimiento de problemas con mayores riesgos	02	7,69%	03	11,54%	06	23,08%	10	38,46%	05	19,23%	26	100.00%
- Problemas por procesos de almacén y despacho	01	3,85%	11	42,31%	07	26,92%	04	15,38%	03	11,54%	26	100.00%
- Evaluación y ejecución de alternativas de mejora	00	0,00%	05	19,23%	06	23,08%	09	34,62%	06	23,08%	26	100.00%
- Promoción del conocimiento de logros y metas	03	11,54%	04	15,38%	05	19,23%	10	38,46%	04	15,38%	26	100.00%

Tabla 2. Descripción de la planificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY
Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaborado por las autoras.

La tabla 6, muestra una situación deficiente de la planificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 38,46% que manifiesta que están en

desacuerdo con el reconocimiento de problemas con mayor riesgo a diferencia del 7,69% que está totalmente de acuerdo; mientras que el 42,31% está de acuerdo en los problemas por procesos de almacén y despacho a diferencia del 11,54 que está en total desacuerdo; respecto al 34,62% consideran que están en desacuerdo a la evaluación y ejecución de alternativas de mejora a diferencia del 19,23% que está de acuerdo; respecto al 38,46% que está en desacuerdo con la promoción del conocimiento de logros y metas a diferencia del 11,54% que está totalmente de acuerdo

Estos resultados, indican que el personal no realiza una adecuada planificación pues no se ha identificado pertinentemente los problemas críticos en función a los niveles de riesgos de las diferentes causas. Entre estos destaca los procesos de almacén, respecto al orden y clasificación de los productos así como los espacios, también la atención de los pedidos que usualmente son lentos y no se cuenta con un procedimiento correcto para mejorarlo, mucho menos se ha establecido y realizado alternativas de mejora continua que faciliten el desarrollo de actividades que contribuyan a planificarlas para el cumplimiento de las metas y objetivos comerciales los que han repercutido notablemente al desarrollo y crecimiento de las tiendas comerciales.

Prueba de normalidad

La regla de decisión que abarca la hipótesis específica:

Se acepta la hipótesis nula, si p valor es > 0.05

Si p valor es < 0.05 , se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis estadísticas específico H_1

H_0 : La distribución es normal

H_1 : La distribución no es normal

Dimensión / Variable	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Sirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	sig.	Estadístico	gl.	sig.
D ₁ . Planificación de la mejora continua (P)	,337**	26	,000	,722**	26	,000
V _D . Calidad del servicio (CS)	,332**	26	,000	,739**	26	,000

Tabla 3. Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 7 muestra que el análisis estadístico de prueba de normalidad de Shapiro – Wilk indica que la planificación de la mejora continua y calidad del servicio posee un valor significativo menor a 0.05 por lo que la regla de decisiones establece que la distribución no es normal, por lo cual se utilizó la correlación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial rho de spearman.

Método de correlación (r) Rho de Spearman		
Detalles	D1. Planificación de la mejora continua (P)	Vd. Calidad de servicio (CS)
D1. Planificación de la mejora continua (P)	1,000**	,975**
Vd. Calidad de servicio (CS)	,975**	1,000**
Sig. Unilateral	,000 ^b	,000 ^b
N°	26	26

Tabla 4. Correlación entre la planificación de la mejora continua y calidad del servicio

** Nivel 0.01 (*unilateral*) mediante la correlación significativa

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

La tabla 8 muestra que los datos correlacionales y el nivel de significancia mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,975^{**}$ y $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo aceptar la primera hipótesis específica. El cual se determina que la planificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

4.1.2. Evaluar la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

D2. Ejecución de la Mejora Continua (H)	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Comunicación optima en las actividades	02	07,69%	04	15,38%	08	30,77%	09	34,62%	03	11,54%	26	100.00%
- Ejecución de actividades planificadas	03	11,54%	05	19,23%	05	19,23%	11	42,31%	02	07,69%	26	100.00%
- Entendimiento de las actividades	01	3,85%	02	07,69%	12	46,15%	05	19,23%	06	23,08%	26	100.00%
- Existencia de procedimientos	00	0,00%	04	15,38%	06	23,08%	05	19,23%	11	42,31%	26	100.00%

Tabla 5. Relación entre la ejecución de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY
 Fuente: Cuestionario aplicado al personal
 Elaborador las autoras.

La tabla 9, muestra una situación deficiente de la ejecución de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY. Siendo el 34,62% que está en desacuerdo con la comunicación optima en las actividades a diferencia del 7,69% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 42,31% de los encuestados está en desacuerdo con la ejecución de actividades planificadas a diferencia del 11,54% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 46.15% está indeciso con el entendimiento de las actividades a diferencia de 3,85% que está en totalmente de acuerdo; por lo tanto el 42,31% nos indica que está en totalmente en desacuerdo con la existencia de procedimientos a diferencia que el 15,38% que está de acuerdo.

Los resultados demuestran que el personal indicó que en las diferentes áreas de la tienda no existe una comunicación fluida debido a la falta de coordinación para cumplir con las actividades planificadas. Esto repercute en la ejecución y desarrollo de las mismas; sin embargo, otra de las falencias en esta fase se relaciona en que solo parte del personal comprende claramente las actividades que deben efectuar en su jornada de trabajo pues no existe una adecuada orientación basada en procedimientos que permitan su logro.

Prueba de normalidad

La regla de decisión que abarca la hipótesis específica:

Se acepta la hipótesis nula, si p valor es $> 0.05^b$

Si p valor es $< 0.05^b$, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis estadísticas específico H₂

H₀: La distribución es normal

H₁: La distribución no es normal

Dimensión / Variable	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Sirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	sig.	Estadístico	gl.	sig.
D ₂ . Ejecución de la mejora continua (H)	,289**	26	,000	,773**	26	,000

V _D . Calidad del servicio (CS)	,332**	26	,000	,739**	26	,000
--	--------	----	------	--------	----	------

Tabla 6. Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 10 muestra que el análisis estadístico de prueba de normalidad de Shapiro – Wilk indica que la planificación de la mejora continua y calidad del servicio posee un valor significativo menor a 0.05 por lo que la regla de decisiones establece que la distribución no es normal, por lo cual se utilizó la correlación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial rho de spearman.

Método de correlación (r) Rho de Spearman		
Detalles	D ₂ . Ejecución de la Mejora continua (H)	V ₂ . Calidad de servicio (CS)
D ₁ . Ejecución de la Mejora continua (H)	1,000**	,911**
V _D . Calidad de servicio (CS)	,911**	1,000**
Sig. Unilateral	,000 ^b	,000 ^b
N°	26	26

Tabla 7. Correlación entre la ejecución de la mejora continua y calidad del servicio

** Nivel 0.01 (*unilateral*) mediante la correlación significativa

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

La tabla 11 muestra que los datos correlacionales y el nivel de significancia mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,911^{**}$ y $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo aceptar la segunda hipótesis específica. Por lo cual se determina la ejecución de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

4.1.3. Establecer la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

D ₃ . Verificación de la Mejora Continua (V)	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Seguimiento continuo de las actividades	02	07,69%	03	11,54%	05	19,23%	11	42,31%	05	19,23%	26	100,00%
- Control constantemente las actividades	00	00,00%	02	07,69%	05	19,23%	06	23,08%	13	50,00%	26	100,00%

- Necesidad de operaciones de control	01	03,85%	04	15,38%	11	42,31%	07	26,92%	03	11,54%	26	100.00%
---------------------------------------	----	--------	----	--------	----	--------	----	--------	----	--------	----	---------

Tabla 8. Relación entre la verificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY.
Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaborador las autoras.

La tabla 12, muestra una situación deficiente de la verificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 42,31% en desacuerdo con el seguimiento continuo de las actividades a diferencia de 7,69% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 50% está totalmente en desacuerdo en el control constantemente de las actividades a diferencia que es 19,23% está indeciso; el 42,32% está indeciso en las necesidades de operaciones de control, a diferencia del 3,85% que está totalmente de acuerdo.

Los resultados demuestran que el personal, indicó que en la tienda, no se realiza alguna acción basada en el seguimiento de las actividades, por lo cual la mayoría del personal realiza funciones que no contempla las actividades asignadas, generando pérdidas de tiempo y que repercuten en la capacidad de respuesta ante los clientes; además no se cuentan tampoco fichas de control y mucho menos se realizan acciones que contribuyan al alineamiento laboral en el desarrollo de las actividades planificadas y ejecutadas.

Prueba de normalidad

La regla de decisión que abarca la hipótesis específica:

Se acepta la hipótesis nula, si p valor es $> 0.05^b$

Si p valor es $< 0.05^b$, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis estadísticas específico H_3

H_0 : La distribución es normal

H_1 : La distribución no es normal

Dimensión / Variable	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Sirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	sig.	Estadístico	gl.	sig.
D ₃ . Verificación de la mejora continua (V)	,378**	26	,000	,687**	26	,000
V _D . Calidad del servicio (CS)	,332**	26	,000	,739**	26	,000

Tabla 9. Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk
Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 13 muestra que el análisis estadístico de prueba de normalidad de Shapiro – Wilk indica que la planificación de la mejora continua y calidad del servicio posee un valor significativo menor a 0.05 por lo que la regla de decisiones establece que la distribución no es normal, por lo cual se utilizó la correlación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial rho de spearman.

Método de correlación (r) Rho de Spearman		
Detalles	D ₃ . Verificación de la mejora continua (V)	V _d . Calidad de servicio (CS)
D ₃ . Verificación de la mejora continua (V)	1,000**	,914**
V _D . Calidad de servicio (CS)	,914**	1,000**
Sig. Unilateral	,000 ^b	,000 ^b
N°	26	26

Tabla 10. Correlación entre la verificación de la mejora continua y calidad del servicio

** Nivel 0.01 (*unilateral*) mediante la correlación significativa

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

La tabla 14 muestra que los datos correlacionales y el nivel de significancia mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,914^{**}$ y $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo aceptar la tercera hipótesis específica. Por lo cual, se determina que la verificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

4.1.4. Evaluar la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

D ₄ . Acción de la Mejora Continua (A)	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Utilización de fichas o instrumentos de evaluación	02	07,69%	02	07,69%	07	26,92%	10	38,46%	5	19,23%	26	100,00%
- Las acciones han mejorado los resultados	01	03,85%	05	19,23%	07	26,92%	10	38,46%	3	11,54%	26	100,00%

- Orientación y capacitación para asegurar la calidad del servicio	00	00,00%	03	11,54%	05	19,23%	07	26,92%	11	42,31%	26	100.00%
- Necesidad de formación de la capacidad laboral	00	00,00%	11	42,31%	08	30,77%	04	15,38%	03	11,54%	26	100.00%

Tabla 11. Relación entre la acción de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY.

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaborador las autoras.

La tabla 15, muestra una situación deficiente de la acción de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 38.46% en desacuerdo de la utilización de fichas o instrumentos de evaluación a diferencia de 7.69% está en totalmente de acuerdo; mientras que el 38,46% está en desacuerdo en las acciones que han mejorado los resultados a diferencia de 3,85% que está en totalmente de acuerdo; por lo tanto el 42,31% está en totalmente en desacuerdo a diferencia del 11,54% que está en desacuerdo; mientras que el 30,77% está indeciso en la necesidad de formación de la capacidad laboral a diferencia del 11,54% que está en totalmente en desacuerdo.

Los resultados demuestran que el personal, indicó que, en la tienda, no se cuenta ni se utiliza fichas o instrumentos de evaluación de los resultados obtenidos periódicamente respecto a la atención de los clientes. Las acciones correctivas implementadas no han repercutido favorablemente en lograr resultados efectivos, puesto que solo se ha establecido en algunos casos una mejora en el orden de los productos para facilitar un ambiente más visual para los clientes, pero por la demanda el ambiente se mantiene totalmente desordenada incidiendo atender con rapidez los pedidos. Así mismo, hay la necesidad en el fortalecimiento de sus capacidades, puesto que gran parte del personal lo considera importante ya que permitirá mejorar la situación operativa mediante una la retroalimentación laboral.

Prueba de normalidad

La regla de decisión que abarca la hipótesis específica:

Se acepta la hipótesis nula, si p valor es $> 0.05^b$

Si p valor es $< 0.05^b$, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis estadísticas específico H₄

H₀: La distribución es normal

H₁: La distribución no es normal

Dimensión / Variable	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Sirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	sig.	Estadístico	gl.	sig.
D ₄ . Acción de la mejora continua (A)	,311**	26	,000	,754**	26	,000
V _D . Calidad del servicio (CS)	,332**	26	,000	,739**	26	,000

Tabla 12. Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 16 muestra que el análisis estadístico de prueba de normalidad de Shapiro – Wilk indica que la planificación de la mejora continua y calidad del servicio posee un valor significativo menor a 0.05 por lo que la regla de decisiones establece que la distribución no es normal, por lo cual se utilizó la correlación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial rho de spearman.

Método de correlación (r) Rho de Spearman		
Detalles	D ₄ . Acción de la mejora continua (A)	V _d . Calidad de servicio (CS)
D ₄ . Acciones de la mejora continua (A)	1,000**	,946**
V _D . Calidad de servicio (CS)	,946**	1,000**
Sig. Unilateral	,000 ^b	,000 ^b
N°	26	26

Tabla 13. Correlación entre la acción de la mejora continua y calidad del servicio

** Nivel 0.01 (*unilateral*) mediante la correlación significativa

Fuente: Cuestionario aplicado al personal.

La tabla 17 muestra que los datos correlacionales y el nivel de significancia mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,946^{**}$ y $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo aceptar la cuarta hipótesis específica. Por lo cual, se determina la acción de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020.

4.1.5. Determinar la relación entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.

Dimensiones / Variables	Alternativas promedio										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Planificación (P)	02	7,69%	05	19,23%	05	19,23%	10	38,46%	04	15,38%	26	100.00%
Ejecución (H)	02	7,69%	04	15,38%	08	30,77%	09	34,62%	03	11,54%	26	100.00%
Verificación (V)	01	3,85%	04	15,38%	05	19,23%	11	42,31%	05	19,23%	26	100.00%
Acción (A)	01	3,85%	05	19,23%	07	26,92%	10	38,46%	03	11,54%	26	100.00%
Plan de Mejora Continua (PHVA)	01	3,85%	04	15,38%	07	26,92%	09	34,62%	05	19,23%	26	100.00%
Fiabilidad (FB)	01	3,85%	03	11,54%	04	15,38%	13	50,00%	05	19,23%	26	100.00%
Seguridad (SG)	02	7,69%	03	11,54%	10	38,46%	09	34,62%	02	7,69%	26	100.00%
Tangibilidad (TG)	01	3,85%	03	11,54%	05	19,23%	07	26,92%	10	38,46%	26	100.00%
Capacidad de respuesta (CR)	02	7,69%	04	15,38%	06	23,08%	10	38,46%	04	15,38%	26	100.00%
Empatía (EM)	01	3,85%	04	15,38%	10	38,46%	07	26,92%	04	15,38%	26	100.00%
Calidad de Servicio (CS)	01	3,85%	03	11,54%	07	26,92%	10	38,46%	05	19,23%	26	100.00%

Tabla 14. Relación entre el plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas LISMEY.

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaborador las autoras.

Los resultados de la tabla 18, se evidencia un nivel deficiente del Plan de Mejora Continua (PMC) y Calidad del Servicio. Siendo el 38,46% que está en desacuerdo con la planificación, así mismo el 34,62% que está en desacuerdo con la ejecución, el 42,31% está en desacuerdo con la verificación y el 38,46% está también en desacuerdo con la acción de la mejora continua.

Por su parte el 50,00% está en desacuerdo con la fiabilidad del servicio, el 38,46% está indeciso respecto a la seguridad del servicio, así mismo se encuentra en totalmente en desacuerdo con la tangibilidad en el servicio, en desacuerdo con la capacidad de respuesta e indeciso con la empatía. Finalmente el 35,62% está en

desacuerdo con el plan de mejora continua y el 38,46% está también en desacuerdo con la calidad del servicio.

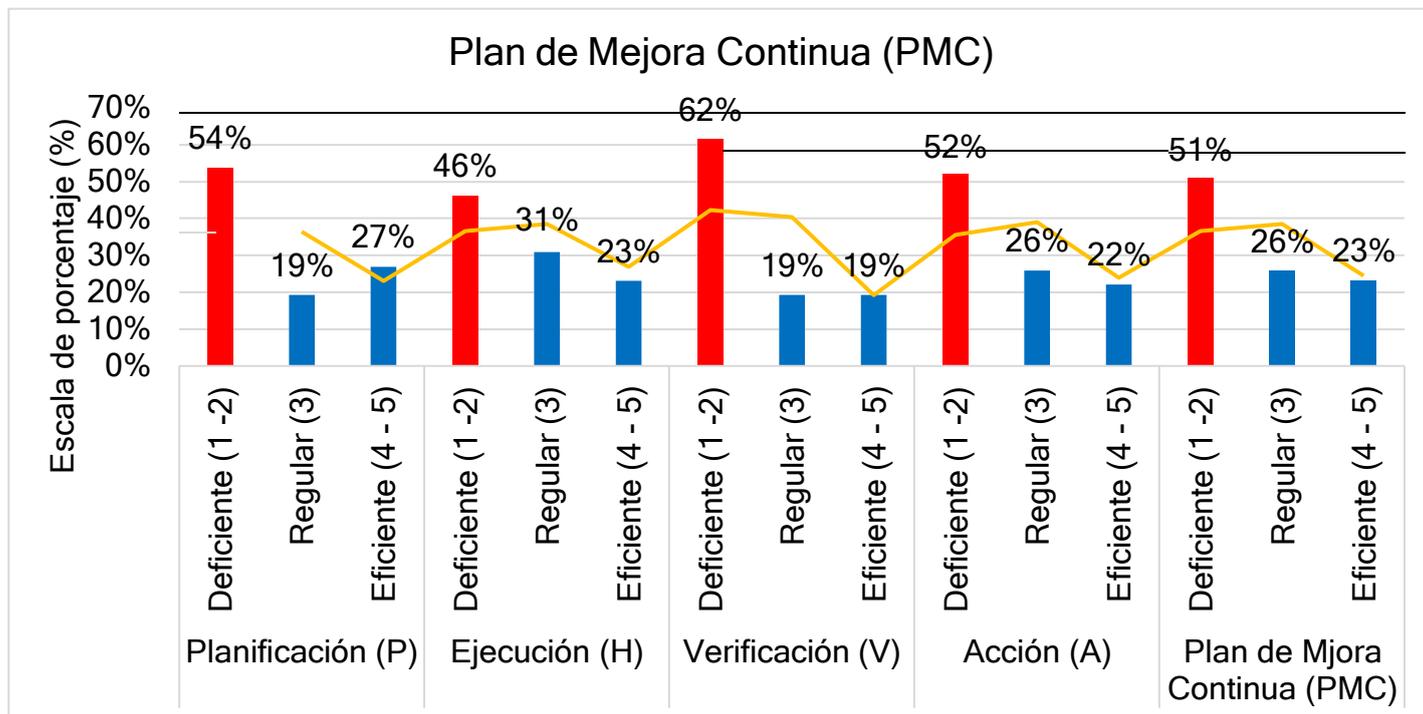


Figura 1. Situación del plan de mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY.

Fuente: Cuestionario aplicado al personal

Elaborado por las autoras.

El gráfico No 4 muestra la situación del plan de mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY. El 51% la califica como deficiente, el 26% como regular y solo el 23% considera que es eficiente. Esto pues el personal; indicó que, en la tienda no está cumpliendo adecuadamente con los procesos de planificación, ejecución, verificación y acción de la mejora continua, puesto no se ha identificado adecuadamente los problemas, no se plantean alternativas de mejora y mucho menos se planifican actividades, evidenciándose la falta de coordinación y la realización de actividades, así mismo no se monitorea o controla las actividades que deben cumplir, tampoco se miden resultados o toman acciones correctivas.

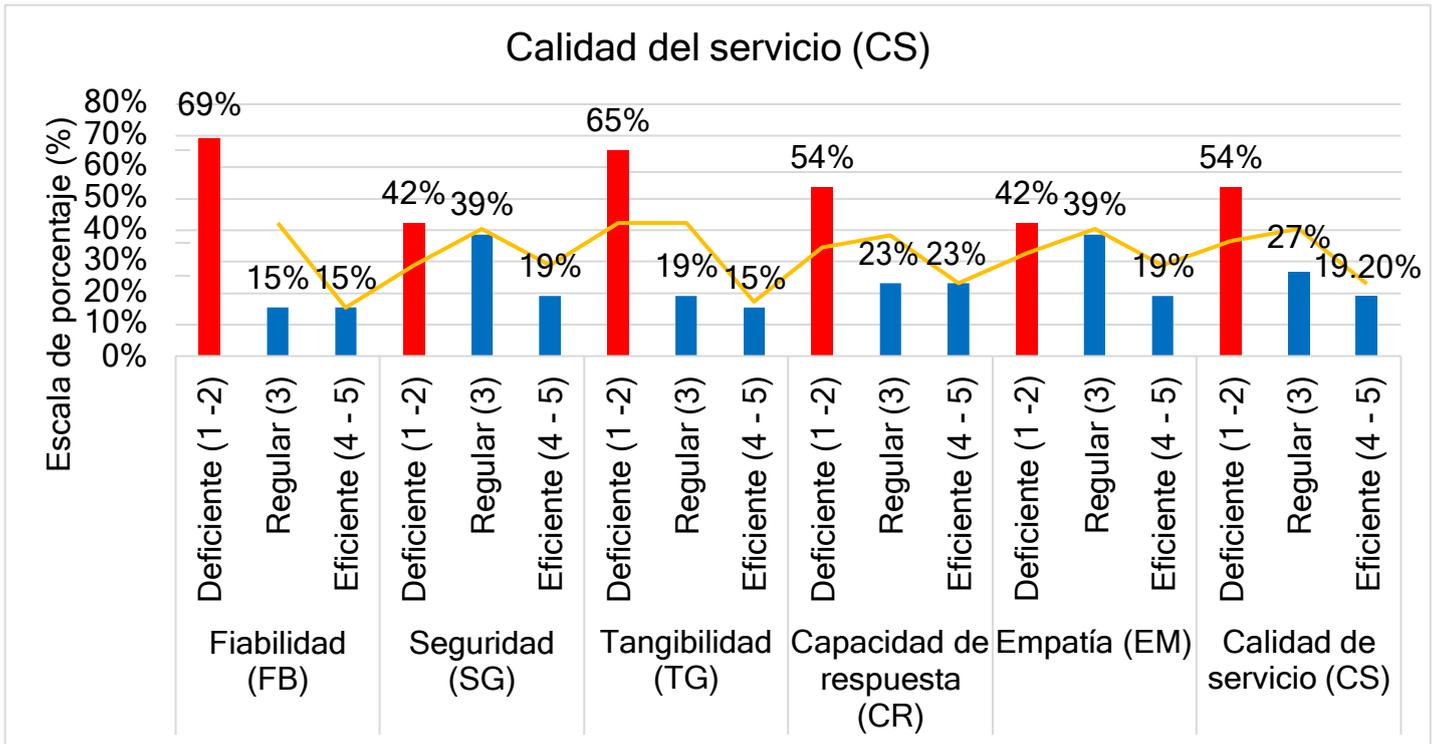


Figura 2. Situación de la calidad de servicio en la cadena de Tiendas LISMEY.

Fuente: Cuestionario aplicado al personal
Elaborado por las autoras.

Con relación a Situación de la calidad de servicio en la cadena de Tiendas LISMEY (figura 5), el 54% de los encuestados, lo consideran deficiente, el 27% regular y solo el 19 – 20% la considera eficiente. Esto repercute en la calidad del servicio, pues la mayoría del personal no ha solucionado de forma adecuada las quejas y/o reclamos que realizan los clientes, aunque algunos de ellos se sienten comprometidos, se evidencia la falta de capacidad por entregar los productos de manera pertinente, pero sienten que su actitud transmite seguridad a sus clientes; sin embargo, consideran que la mayoría de sus compañeros no atienden amablemente a los clientes y existe la necesidad de capacitación. Ahora, bien, siendo la infraestructura adecuada en sin embargo, la clasificación y orden en el almacén es deficiente puesto que no se ha organizado efectivamente, debido a que no se ha instruido al personal respecto a su presentación y la atención rápida de los pedidos que es deficiente, por el desorden en el registro de pedidos los productos entregados no concuerda con la lista otorgada por los principales clientes, debido a que la mayoría del personal no siente una preocupación por garantizar la calidad en los servicios.

Prueba de normalidad

La regla de decisión que abarca la hipótesis específica:

Se acepta la hipótesis nula, si p valor es $> 0.05^b$

Si p valor es $< 0.05^b$, se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis estadísticas específico H_1

H_0 : La distribución es normal

H_1 : La distribución no es normal

Dimensión / Variable	Prueba de normalidad					
	Kolmogorov-Sirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	sig.	Estadístico	gl.	sig.
V _I . Acción de la mejora continua (PHVA)	,311**	26	,000	,754**	26	,000
V _D . Calidad del servicio (CS)	,332**	26	,000	,739**	26	,000

Tabla 15. Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro-Wilk

Fuente: Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 19 muestra que el análisis estadístico de prueba de normalidad de Shapiro – Wilk indica que la planificación de la mejora continua y calidad del servicio posee un valor significativo menor a 0.05 por lo que la regla de decisiones establece que la distribución no es normal, por lo cual se utilizó la correlación no paramétrica mediante el método de análisis inferencial rho de spearman.

Método de correlación (r) Rho de Spearman		
Detalles	V _I . Plan de Mejora Continua (PHVA)	V _D . Calidad de Servicio (CS)
V _I . Plan de Mejora Continua (PHVA)	1,000**	,946**
V _D . Calidad de Servicio (CS)	,946**	1,000**
Sig. Unilateral	,000 ^b	,000 ^b
N°	26	26

Tabla 16. Correlación entre el plan de mejora continua y calidad del servicio

** Nivel 0.01 (*unilateral*) mediante la correlación significativa

Fuente: Cuestionario aplicado al personal.

La tabla 20 muestra que los datos correlacionales y el nivel de significancia mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,946^{**}$ y $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo aceptar la hipótesis general. Por lo cual, se determina que existe una relación significativa entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020

V. DISCUSIÓN

En relación a la discusión, los datos obtenidos mediante su procedimiento estadísticos y sistemática, para analizar la relación o discrepancia que existe a través de los hallazgos mediante las bases teóricas, aportes de otros estudios, valoración crítica y contrastación de las hipótesis, en consideración a los objetivos establecidos. A continuación, se describen:

Primeramente, el objetivo general, fue determinar la relación entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020. en función al plan de mejora continua, Storch (2019) afirman que es un conjunto de acciones enfocados a obtener un mayor nivel de calidad respecto a los bienes o servicios que ofrece, mediante la mejora de los procesos, cumplimiento de las necesidades y requerimiento de los clientes. Por su parte Socconini y Reato (2019) mencionan que es el conjunto de cambios que trae consigo la innovación respecto a recursos humanos, físicos y estructura organizacional, mediante procesos de mejora de forma gradual y ordenada.

A diferencia de la calidad del servicio, según Blanco (2019) está conformado por las experiencias percibidas por el cliente durante el inicio y término del proceso de atención mediante la valoración de la confianza, rapidez y seguridad de sus compras. De acuerdo a Cortés (2017) es el conjunto de acciones atendidas en función a poder alcanzar una mayor satisfacción y expectativas del cliente o consumidor, que está relacionado con aquellos elementos de fiabilidad, seguridad, tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía. Por el contrario, los resultados muestran una serie de contradicciones, debido a que el verificar o evaluación en la cadena de Tiendas LISMEY, es deficiente, debido a que el Plan de Mejora Continua (PMC) se encuentra en un nivel deficiente un 53,80%, mientras que la Calidad del Servicio (CS) se encuentra en un nivel deficiente un 61,00%.

En el estudio realizado por Miquel (2017) se indica que el plan de mejora continua basado en procesos estuvo conformado por cinco fases, que comprenden; inicio, diagnóstico, plan, actuar y aprender, logrando que se modificara el 100% de los procesos de manera exitosa, así mismo se mejoraron en un 90% cada proceso que

involucra la operación sistemática durante el proceso de sus servicio al cliente. Por su parte Alarcón (2017) obtuvo que la fiabilidad del servicio fue valorado en 0.78 puntos, la capacidad de respuesta en 0.66 puntos, la seguridad en 0.67 puntos y finalmente la empatía en 0.52 puntos, posteriormente de su aplicación reflejo en una primer instancia un 62.36% de calidad en el servicio, posteriormente se obtuvo un valor de 61.60%, demostrando que la mejora continua basado en procesos influye positivamente en la calidad de los servicios que perciben los clientes.

En concordancia con este aporte, los resultados obtenidos en la cadena de Tiendas LISMEY, muestran una relación, debido a que no se está cumpliendo con los procesos de planificación, ejecución, verificación y acción de la mejora continua, puesto no se ha identificado los problemas, no se plantean alternativas de mejora, no se monitorea o controla las actividades, no se miden resultados o toman acciones correctivas, generando una repercusión en la calidad del servicio, debido a que la mayoría del personal no ha solucionado las quejas y/o reclamos, debido a la falta de rapidez por entregar los productos, sin embargo la infraestructura es adecuada en el tamaño pero su clasificación y orden en el almacén es deficiente puesto que no se ha organizado efectivamente los productos, así mismo en la entrega de los pedidos puesto a veces no concuerdan los productos solicitados.

Por lo cual se contrasta la *hipótesis general*, existe una relación significativa entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. La cual fue demostrada mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,946^{**}$; $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo tomar la decisión de **ACEPTAR** la hipótesis.

En función al primer objetivo específico, establecer la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. De acuerdo a Rajadell (2019) la planificación, se refiere a la formulación de objetivos, diseño de las actividades, cronogramas, técnicas e indicadores requeridos para mejorar dicha situación deficiente.

Loa hallazgos concuerdan con la investigación Quiliche (2016) quien señalaba que era necesario implementar el (PHVA) como modelo de mejora en la calidad del servicio, considerando la planificación como el primer proceso clave para identificar el problema y formular estrategias basado en la distribución del ambiente a través del LAYOUT estableciendo alternativas de mejora para su ejecución.

Los resultados de las encuestas muestran una serie de contradicciones, debido a que la planificación en la cadena de Tiendas LISMEY, muestra una situación deficiente de la planificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 38,46% que manifiesta que están en desacuerdo con el reconocimiento de problemas con mayor riesgo a diferencia del 7,69% que está totalmente de acuerdo; mientras que el 42,31% está de acuerdo en los problemas por procesos de almacén y despacho a diferencia del 11,54 que está en total desacuerdo; respecto al 34,62% consideran que están en desacuerdo a la evaluación y ejecución de alternativas de mejora a diferencia del 19,23% que está de acuerdo; respecto al 38,46% que está en desacuerdo con la promoción del conocimiento de logros y metas a diferencia del 11,54% que está totalmente de acuerdo.

Así respecto a la *primera hipótesis específica*, la planificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. Esto quedó demostrado mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,975^{**}$; $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, por lo que se **ACEPTAR** la hipótesis.

El segundo objetivo específico, Evaluar la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. Rajadell (2019) define el hacer o ejecución como la etapa donde se desarrolla el plan estratégico, operativo y táctico de la calidad, ejecutando las actividades planificadas anteriormente, garantizando que se cumpla con el plan de mejora continua, los resultados de la encuesta con respecto a la fase ejecución de las actividades planificadas en la cadena de Tiendas LISMEY,

muestra una situación deficiente de la ejecución de la mejora. Siendo el 34,62% que está en desacuerdo con la comunicación óptima en las actividades a diferencia del 7,69% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 42,31% de los encuestados está en desacuerdo con la ejecución de actividades planificadas a diferencia del 11,54% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 46.15% está indeciso con el entendimiento de las actividades a diferencia de 3,85% que está en totalmente de acuerdo; por lo tanto el 42,31% nos indica que está en totalmente en desacuerdo con la existencia de procedimientos a diferencia que el 15,38% que está de acuerdo.

El estudio realizado por Sotelo (2016) indicaba que, de un total de 459 MYPE, el 61,40% contaba con un bajo nivel de calidad respecto a las especificaciones técnicas de sus productos y que el 31,40% no ejecutaba herramientas de calidad, demostrándose la necesidad de ejecutar actividades óptimas y efectivas que permitan mejorar la calidad de los servicios de cada unidad de negocio.

Los resultados de la encuesta en la cadena de Tiendas LISMEY, se relacionan En con los hallazgos de Sotelo, pues no se está realizando una adecuada ejecución de las actividades pues, en las diferentes áreas de la tienda no existe una comunicación de actividades laborales, hay falta de coordinación por cumplir con las actividades planificadas, repercutiendo en la ejecución y desarrollo de dichas actividades, sin embargo otras de las falencias en esta fase también está relacionado que solo una parte de los colaboradores comprende claramente las actividades que deben efectuar durante su jornada laboral.

Por ello se contrasta la *segunda hipótesis específica*, La ejecución de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de

Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020. Esto se demostró mediante el procesamiento estadístico con el método de rho de spearman ($\rho = ,911^{**}$; $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo tomar la decisión de **ACEPTAR** la hipótesis.

El tercer objetivo específico, fue establecer la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. Según Rajadell (2019) la verificación o evaluación, se basa en la verificación del cumplimiento con lo planificado y ejecutado, estableciendo acciones correctivas para generar una mejora consistente sobre las actividades.

Muestra una situación deficiente de la verificación de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 42,31% en desacuerdo con el seguimiento continuo de las actividades a diferencia de 7,69% que está en totalmente de acuerdo; mientras que el 50% está totalmente en desacuerdo en el control constantemente de las actividades a diferencia que es 19,23% está indeciso; el 42,32% está indeciso en las necesidades de operaciones de control, a diferencia del 3,85% que está totalmente de acuerdo

Mientras que en el estudio realizado por Chumpitaz (2018) se obtuvo que las acciones, en funciones del área de logística y almacén incrementa de 31% a 35%, así mismo mediante la verificación se ha permitido mejorar el desarrollo de lo planificado, para lo cual es necesario establecer indicadores reales del rediseño del proceso de planificación y operativos. Por su parte Cornejo y Federick (2017) indica que el plan de mejora permitirá mejorar los tiempos en la capacidad de respuesta de los pedidos, para ello es necesario realizar acciones de verificación ante los procesos que se ejecuten.

En concordancia con este aporte, los resultados obtenidos en la cadena de Tiendas LISMEY, muestran una relación, debido a que no se está realizando una adecuada verificación, debido a que no se realiza alguna acción basada al seguimiento de las actividades laborales, por lo cual la mayoría del personal realiza funciones que no contempla las actividades asignadas, generando pérdidas de tiempo y más aún repercute en la capacidad de respuesta a los clientes, por lo que no se cuenta con

fichas de control y mucho menos se ha realizado acciones que contribuyan al lineamientos laboral en el desarrollo de las actividades planificadas y ejecutadas.

Por lo cual se contrasta la *tercera hipótesis específica*, la verificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. La cual fue demostrada mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,914^{**}$; $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo tomar la decisión de **ACEPTAR** la hipótesis.

El cuarto objetivo específico, fue evaluar la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. De acuerdo a Rajadell (2019) la acción, comprende aquellas acciones que se realizan para eliminar las no conformidades y se establecen acciones correctivas, preventivas y de mejora, permitiendo ajustar las directrices. Por el contrario, los resultados muestran una serie de contradicciones, debido a que el verificar o evaluar en la cadena de Tiendas LISMEY, muestra una situación deficiente de la acción de la mejora continua en la cadena de Tiendas LISMEY, siendo el 38.46% en desacuerdo de la utilización de fichas o instrumentos de evaluación a diferencia de 7.69% está en totalmente de acuerdo: mientras que el 38,46% está en desacuerdo en las acciones que han mejorado los resultados a diferencia de 3,85 que está en totalmente de acuerdo; por lo tanto los 42,31% está en totalmente en desacuerdo a diferencia del 11,54% que está en desacuerdo; mientras que el 30,77% está indeciso en la necesidad de formación de la capacidad laboral a diferencia del 11,54 que está en totalmente en desacuerdo.

Mientras que en el estudio realizado por Miquel (2017) se obtuvo que, mediante un plan de mejora continua, se logró modificar el 100% de los procesos de manera exitosa, así mismo se establecieron fichas de control y monitoreo de las actividades ejecutadas, permitiendo mejorar en un 90% cada proceso que involucra la operación sistemática durante el proceso de su servicio al cliente.

En concordancia con este aporte, los resultados obtenidos en la cadena de Tiendas LISMEY, muestran una relación, debido a que no se utiliza fichas o instrumentos de evaluación de los resultados obtenidos periódicamente respecto a la atención

de los clientes, las acciones correctas que han implementado no han repercutido favorablemente en generar resultados efectivos, puesto que solo se ha establecido en algunos casos una mejora en el orden de los productos para facilitar un ambiente mejor, producto de la demanda está se mantiene totalmente desordenada incidiendo en la rapidez de los pedidos, así mismo el personal siente una necesidad por la formación en sus capacidades, puesto que gran parte del personal considera importante y permitirá mejorar la situación laboral u operativa que atraviesa mediante una serie de retroalimentación laboral.

Por lo cual se contrasta la *cuarta hipótesis específica*, La acción de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana – Piura. 2020. La cual fue demostrada mediante el procesamiento estadístico al método de rho de spearman ($\rho = ,946^{**}$; $p = ,000 < ,05$), fue calificado en un nivel alto, permitiendo tomar la decisión de **ACEPTAR** la hipótesis.

VI. CONCLUSIONES

En general el plan de mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,946^{**}$; $p = ,000 < ,05$), concluyendo que en la Tienda LISMEY, muestra una deficiente planificación, ejecución, verificación y acción de la mejora continua de sus actividades, que afecta a la calidad del servicio y sobre todo en la capacidad de respuesta a los clientes, ante sus pedidos, siendo necesario realizar una propuesta de mejora continua basado en el PHVA.

La planificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,975^{**}$; $p = ,000 < ,05$), concluyendo que en la Tienda LISMEY, no se han reconocido e identificado los problema de riesgos que repercute en la calidad del servicio, así mismo que dichos problemas o riesgos están relacionados con los procesos de almacenamiento y despacho, debido a que no se han planteado objetivos y metas para su mejora continua.

La ejecución de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,911^{**}$; $p = ,000 < ,05$), concluyendo que en la Tienda LISMEY, no se han ejecutado actividades de coordinación para la mejora de los riesgos o problemas que inciden en la calidad del servicio, mucho menos se han tomado en cuenta las actividades planificadas asimismo la falta de procedimiento de mejora continua para afianzar su desarrollo.

La verificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,914^{**}$; $p = ,000 < ,05$), concluyendo que en la Tienda LISMEY, no se realiza un adecuado seguimiento y control de las actividades que se ejecutan, por lo que se necesita realizar un flujo de operación basado en el control efectivo de las actividades de atención al cliente.

La acción de mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio, siendo ($\rho = ,946^{**}$; $p = ,000 < ,05$), concluyendo que en la Tienda LISMEY, no se han tomado acciones basado en la utilización de fichas o instrumentos de evaluación, así mismo no se han tomado acciones de mejora en los resultados y sobre todo en la capacitación laboral para asegurar la calidad del servicio.

VII. RECOMENDACIONES

En general a la cadena de Tiendas LISMEY, se le recomienda implementar la propuesta basado en un modelo de mejora continua, respecto al PHVA, con la finalidad de fortalecer y mejorar la calidad del servicio, estableciendo las fases de manera adecuada para capacitar al personal, establecer flujo de procedimientos y optimizar el uso de las áreas para generar una mejora atención al cliente.

Planificar sus actividades mediante la formulación de objetivos y metas con la participación de todo el personal para llevar a cabo su adecuado desarrollo de mejora continua.

Ejecutar actividades de mejora basadas en la capacitación del personal sobre los procedimientos de atención al cliente, así como establecer un flujo o diagrama de procesos para optimizar los pedidos, de igual forma la clasificación del área física, mediante el ordenamiento de los espacios, señalización y designación de los productos respecto a su inocuidad o fragilidad técnica.

Realizar la verificación de las actividades de mejora, a través de establecer actividades y fichas de control de las actividades, mediante los flujos de operación que permita determinar que los procedimientos en la atención al cliente se lleven adecuadamente, reduciendo los niveles de productos vencidos.

Tomar acciones principalmente de la evaluación respecto a los resultados que se obtengan, para así establecer talleres de retroalimentación que permitan direccionar adecuadamente al personal bajo un enfoque primordial al cliente a través de la calidad de sus actividades, estableciendo acciones de mejora continua, bajo lo planificado previamente en la Tienda.

VIII. PROPUESTA

TÍTULO:	“Plan de mejora en la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana” (1/15)	Código : PR.01 Edición : 01 Fecha : 20/09/2020
----------------	---	--

RESUMEN :	
DESCRIPCIÓN	OBSERVACIÓN
REALIZADO POR :	
SUPERVISADO POR :	

LA ORGANIZACIÓN

Comercial LISMEY, tiene tres tiendas localizadas en Bellavista - San Jacinto de la Ciudad de Sullana – Piura. Inició sus actividades comerciales hace 15 años buscando posicionarse en el mercado.

Ofrece variedad de productos de primera necesidad, entre los que destacan: abarroses, lácteos, harinas, alimentos preparados, limpieza papelería y otros, industrializados. La venta es al por mayor y menor. Sus clientes que están conformado por pequeños microempresarios (restaurantes, pollerías y tiendas) además se tienen clientes que hacen sus compras de modo semanal o quincenal.

Comercial LISMEY tiene diversos proveedores locales y nacionales que abastecen su almacén para cumplir con el ciclo comercial. A continuación, se presenta la estructura organizacional:

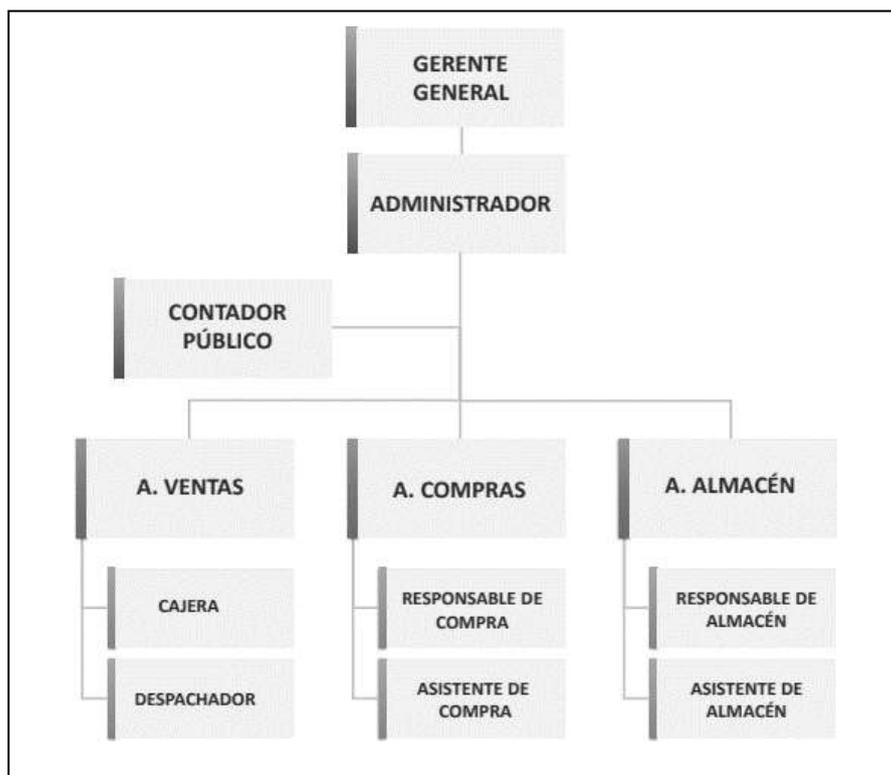


Figura 3. Organigrama de la Cadena de Tiendas LISMEY

Fuente: Elaborado por los autores.

ASPECTOS ESTRATÉGICOS

MISIÓN

“Ser un aliado para nuestros clientes más cercanos que requieran de una variedad de productos, mediante una cultura de innovación y atención, cubriendo sus principales necesidades”.

VISIÓN

“Generar mayores clientes mediante un servicio de atención que se ajusten a sus necesidades, fomentando el bienestar en el equipo de trabajo y cumpliendo con la transparencia y rentabilidad”.

VALORES

Respeto, responsabilidad, disciplina, honestidad y lealtad.

3. PLAN DE MEJORA CONTINÚA BASADO EN EL MODELO PHVA

3.1. Desarrollo del plan de mejora continua

Se realizará la formación del equipo de trabajo del PHVA, que comprenderá una serie de recursos humanos liderado por el Supervisor gerente y un especialista externo que permita promover el conocimiento e implementación más adecuada y correcta de la metodología, estableciendo las acciones y mejoras relativamente significativas en función a los objetivos de la empresa. A continuación, se mencionan:

- a) Especialista del modelo PHVA (Ejecutor).
- b) Gerente (Supervisor).
- c) Administrador (Apoyo).
- d) Personal operativo.
- e) Personal de atención.

Es necesario mencionar que el principal responsable de la parte operativa para llevar acabo el cumplimiento es el especialista del modelo PHVA, conjuntamente con el gerente y administrador que mediante el direccionamiento para el desarrollo de cada fase que contempla la metodología se establezca un adecuado

seguimiento y monitoreo respecto a los procesos del plan de mejora que será vital para su implementación.

3.1.1. PLAN (P)

Para iniciar con el modelo de PHVA, se realizará el proceso de planificación de la Cadena de Tiendas LISMEY, se realizará análisis de la cadena de valor en cuanto a las actividades de apoyo y primarias, para poder contextualizar la problemática que comprenden las tiendas. A continuación, se describen:

ACTIVIDADES DE APOYO			
INFRAESTRUCTURA	GESTIÓN DE RR.HH.	TECNOLOGÍA	APROVISIONAMIENTO
Aún cuando se cuenta con la infraestructura necesaria y disponible para la capacidad de almacenar las diferentes variedades de productos de abarrotes de las tres tiendas, sin embargo, existen una serie de falencias que se deben mejorar en las distintas áreas de atención, almacenamiento y pesado de algunos productos sueltos, pero se cuenta con las condiciones necesarias.	Se dispone con el personal necesario para poder atender a los clientes, pero se debe mejorar la orientación y fortalecer sus capacidades durante el proceso de recepción de los pedidos, que por lo general refleja una serie de falencias, por lo cual se fortalecerá mediante talleres de capacitación.	Se debe mejorar la accesibilidad del factor innovación respecto a los medios online donde debe ofrecer sus productos de abarrotes, sin embargo, se cuenta también con equipos de seguridad, pero, existen falencias en la sistematización de los pedidos respecto al registro y control computarizado de esto debiendo alinear estas falencias hacia la mejora de la calidad del servicio.	Se efectuará una serie de procesos basados a la planificación, organización y control que comprende desde la compra hasta el despacho final de los productos a los clientes. Para la cual es necesario que la tienda logre buscar y evaluar nuevos proveedores de abarrotes a diferencia con los que cuenta, con la finalidad de comparar precios y seleccionar el producto de mayor calidad y precios competitivos en el mercado. Además, que las compras que se realicen a los proveedores deben comprender un adecuado registro y control para su posterior pedido, con la finalidad de generar un provisionamiento inadecuado de la cantidad de productos, debido a que es uno de los factores que se evidencia en la tienda y que debe mejorar para fortalecer dicha situación.

Fuente: Elaborado por las autoras.

ACTIVIDADES PRIMARIAS				
LOGÍSTICA INFERIOR	OPERACIONES	LOGÍSTICA EXTERIOR	MARKETING Y VENTAS	SERVICIOS
En la Cadena de Tiendas LISMEY, comprende de la recepción de los productos de abarrotos en el almacenamiento teniendo para evitar poner en riesgo las características de calidad de los productos, siendo necesario establecerlo en los espacios más adecuados, para no incurrir en costos, traduciéndolo principalmente en ahorro, puesto que es donde se evidencia uno de los factores deficiente, que debe mejorar.	Controla, maneja y lleva toda el área de abastecimiento, estableciendo la verificación necesaria para poder cumplir con lo planificado y ofrecer una adecuada atención a los clientes.	Se debe encargar de la asesoría especializada para poder mantener una relación duradera con los clientes, mediante los procedimientos de recepción de los productos a los clientes, las cuales deben llegar de manera adecuada y optima.	Se debe buscar el posicionamiento de los productos en el mercado del sector local de la ciudad de Sullana, con la finalidad de proporcionar una variedad de productos de fácil accesibilidad para su compra, mediante una experiencia de atención personalizada.	Se debe brindar una serie de servicios de atención a los clientes, mediante la solución de sus problemas o quejas, durante el proceso de atención, así mismo ofreciendo productos de calidad y conforme a los requerimientos de los clientes, fortaleciendo las relaciones con los clientes durante su estancia.

Fuente: Elaborado por las autoras.



Figura 4. Cadena de valor de las Tiendas LISMEY

Identificación de los factores internos

Posterior al diagnóstico de la cadena de valor respecto a la calidad de servicio de la Cadena de Tiendas LISMEY, se pudo identificar una serie de factores que inciden en los procesos de atención, identificando una serie de factores necesarios para realizar las estrategias que conlleva la etapa de planificación, por lo cual es la primera fase que comprenderá el PHVA, para la mejora de la tienda comercial. A continuación, se detallan:

IDENTIFICACIÓN LOS FACTORES INTERNOS (IFI)	
FACTORES DEFICIENTES (FD)	FACTORES EFICIENTE (FE)
1. Falta de capacitación y supervisión laboral.	1. Disponibilidad de infraestructura necesaria.
2. Desorganización de los espacios y productos	2. Se dispone de recursos económicos
3. Falta de señalización de los ambientes	3. Iniciativa laboral
4. Existencia de productos vencidos	4. Actitud de cambio
5. Retraso en los pedidos a los clientes	5. Apoyo laboral
6. Seguimiento de los resultados	
7. Retroalimentación laboral	

Tabla 17. Identificación de los factores internos

Fuente: Elaborado por las autoras

Evaluación de los factores internos

En la evaluación de los factores internos identificados de la Cadena de Tiendas LISMEY, se estableció la siguiente escala de evaluación para su calificación: (1) Bajo Riesgo / (2) Regular Riesgo / (3) Alto Riesgo. Se describen a continuación:

MATRIZ DE EVALUACIÓN			
FACTORES	PESO	CALI.	POND.
FORTALEZAS			
F1. Disponibilidad de infraestructura necesaria	0.15	4	0.60
F2. Se dispone de recursos económicos	0.15	4	0.60
F3. Iniciativa laboral	0.05	3	0.15
F4. Actitud de cambio	0.05	3	0.15
F5. Apoyo laboral	0.05	3	0.15
DEBILIDADES			
D1. Falta de capacitación y supervisión laboral	0.10	1	0.10
D2. Desorganización de los espacios y productos	0.10	1	0.10
D3. Falta de señalización de los ambientes	0.05	2	0.10
D4. Existencia de productos vencidos	0.15	1	0.15
D5. Retraso en los pedidos a los clientes	0.15	1	0.15
	100	-	2.25

Tabla 18. Evaluación de los factores interno

Fuente: Elaborado por las autoras.

Los resultados de la evaluación de los factores internos, permitieron conocer el nivel de las fortalezas y debilidades de la Cadena de Tiendas Lismey, en la cual se obtuvo una calificación de 2.25, recibiendo para las fortalezas una calificación de 1.65 y las debilidades una calificación de 0.60, evidenciándose que se dispone de una infraestructura necesaria, disponibilidad de recursos económicos, sin embargo existe falta de capacitación, supervisión laboral, desorganización de los espacios,

sobre todo la señalización de los ambientes en base a los tipos de productos y finalmente el retraso en los pedidos de los diferentes clientes que afecta significativamente a la calidad del servicio mediante la falta de un plan de mejora continua basado al PHVA.

Formulación de las estrategias internas

Se busca la formulación de estrategias internas que permitan la ejecución de la etapa de Hacer (H) con la finalidad de mejorar las principales falencias identificadas en el factor interno, pues los procesos deficientes se deben a estos procedimientos internos en la Cadena de Tiendas LISMEY. A continuación, se detallan las siguientes estrategias:

F. INTERNOS	FACTORES INTERNOS EFICIENTE (FORTALEZAS)
	F1. Disponibilidad de infraestructura necesaria F2. Se dispone de recursos económicos F3. Iniciativa laboral F4. Actitud de cambio F5. Apoyo laboral
F. EXTERNOS	FACTORES INTERNOS DEFICIENTE (DEBILIDADES)
D1. Falta de capacitación y supervisión laboral D2. Desorganización de los espacios y productos D3. Falta de señalización de los ambientes D4. Existencia de productos vencidos D5. Retraso en los pedidos a los clientes	ESTRATEGIAS INTERNAS
	ESTRATEGIA 01: Realizar un taller de capacitación de la Cadena de Tiendas LISMEY (F3, F4, F5, D1, D2, D4, D3). ESTRATEGIA 02: Diseñar la clasificación física de los ambientes (F1, F2, D2, D3). ESTRATEGIA 03: Realizar un flujo de procedimientos para la atención del cliente (F2, F3, F4, D5).

Tabla 19. Formulación de las estrategias internas

Fuente: Elaborado por las autoras.

3.1.2. HACER (H)

En esta fase se debe tener en cuenta el plan de acción y cómo debe ser su elaboración, para el desarrollo correcto del plan de mejora continua, respecto a

acciones para eliminar o reducir las causas de las no conformidades preliminares identificadas en el diagnóstico inicial a la Cadena de Tiendas Lismey. Parte de este planeamiento es determinar a él/los responsables de cada estrategia. Para la cual previamente se planteará los siguientes objetivos:

Objetivo general:

Mejorar la calidad del servicio de la Cadena de Tiendas LISMEY

Objetivos específicos:

- Promover la orientación y fortalecimiento de las capacidades laborales de las diferentes áreas de la tienda.
- Mejorar la clasificación de los ambientes físicos de la tienda.
- Mejorar y optimizar el proceso de atención al cliente en las tiendas.

Desarrollo de las estrategias planificadas

Después de elaborar las estrategias a realizar que comprendió la primera fase de planificación (P), se procederá a desarrollar dichas estrategias en consideración a la segunda fase del hacer (H), para la cual se tendrá en cuenta una serie de elementos necesarios para llevar a cabo la mejora en la calidad del servicio de la Cadena de Tiendas LISMEY. A continuación, se desarrollan:

ESTRATEGIA 01: REALIZAR UN TALLER DE CAPACITACIÓN DE LA CADENA DE TIENDAS LISMEY

- PROPÓSITO

El propósito de la estrategia basado a realizar un taller de capacitación de la Cadena de Tiendas LISMEY, tendrá como finalidad lograr que el personal pueda conocer mediante una serie de temas relacionados con el proceso de mejora continua y, sobre todo, con la calidad en el servicio mediante la atención al cliente, respecto al cumplimiento del flujo de procedimiento propuestos que permita una secuencia continua y evitar retrasos, así como la entrega de productos de abarrotes vencidos.

FICHA DE APRENDIZAJE LABORAL

CADENA DE TIENDAS LISMEY <i>(Venta al por mayor y menor de abarrotes)</i>	
FICHA _____	TEMA:
TIENDA:	
LUGAR DE CAPACITACION:	
APRECIACIÓN DE LO APRENDIDO	
REQUERIMIENTO DE CAPACITACION:	
NIVEL DE VALORACIÓN:	<input type="checkbox"/> MUY BUENO <input type="checkbox"/> BUENO <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> DEFICIENTE

- **DESARROLLO DEL PROGRAMA**

La ejecución del programa basado a la capacitación del personal de la Cadena de Tiendas LISMEY, estará a cargo del Administrador, el cual acompañará el desarrollo de cada una de las actividades durante los meses de enero a febrero del 2021, con el propósito de lograr fortalecer aquellas falencias con los procesos del plan de mejora y la calidad del servicio.

- **RESPONSABLE**

Administrador de la Cadena de Tiendas LISMEY

- **CRONOGRAMAS**

	ENE				FEB				MAR				ABR			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Identificar los temas de capacitación en base al PHVA y Calidad de servicio																
2. Seleccionar y diseñar los temas de mayor relevancia																
3. Ejecutar el tema de capacitación																
4. Monitorear su cumplimiento																
5. Evaluar de aprendizaje laboral																

Tabla 20. Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **COSTOS INCURRIDOS**

MATERIALES			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Hojas de trabajo	02 Mill.	S/. 12.40	S/ 24.80
Lapiceros	½ Doc.	S/. 0.54	S/ 3.20
Resaltador	4 Und	S/. 1.50	S/ 6.00
Folder A4	02 Paq.	S/. 3.80	S/ 7.60
			S/ 41.60

Tabla 21. Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

REFRIGERIO			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Néctar 145 ML.	02 Paq.	S/. 6.20	S/ 12.40
Galletas	02 Paq.	S/. 2.50	S/ 5.00
			S/ 17.40

Tabla 22. Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

HONORARIOS					
DETALLES	CANT.	HRS.	SES.	C.U	C.T
Administrador	01	1hra.	11	S/. 50.00	S/ 550.00
Contratación de un especialista en PHVA	01	1hra.	11	S/. 90.00	S/ 990.00
					S/ 1,540.00

Tabla 23. Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

SERVICIOS ADICIONALES			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Impresión de los temas de capacitación (Trípticos y hojas informativas)	½ Mill.	S/ 0.50	S/ 250.00

Tabla 24. Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **INVERSIÓN TOTAL:** S/. 1,849.00

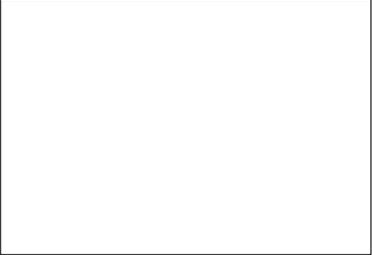
ESTRATEGIA 02: DISEÑAR LA CLASIFICACIÓN FÍSICA DE LOS AMBIENTES

- PROPÓSITO

El propósito de la estrategia basada en el diseño de la clasificación física de los ambientes en la Cadena de Tiendas LISMEY, tiene como finalidad lograr que los espacios sean ordenados y estructurados en función a los productos de abarrotes, debido a que existen productos como lácteos, detergentes, aceites y otros que no pueden estar clasificados en un mismo espacio, siendo necesario su organización, proporcionando una mayor rotación de productos y reduciendo los márgenes de productos vencidos.

- DISEÑO DE CLASIFICACIÓN DE LOS AMBIENTES

El diseño de la clasificación de los ambientes tiene la finalidad de establecer las áreas adecuadas respecto al tipo de producto y a la rotación de las mismas con la finalidad de generar una mayor organización de los productos de la Cadena de Tiendas LISMEY, para la cual se realizará una comparación entre el actual y el propuesto. A continuación, se detallan:

AMBIENTES DE ATENCIÓN	ESTANTES DE PRODUCTOS
	

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **DESARROLLO DEL PROGRAMA**

La ejecución del programa basado a la mejora de la clasificación de los ambientes de la Cadena de Tiendas LISMEY, estará a cargo del Administrador, el cual acompañará el desarrollo de cada una de las actividades durante los meses de enero a marzo del 2021, con el propósito de optimizar los procesos de despacho en la atención de los clientes y reflejar una mayor organización en las áreas y productos.

- **RESPONSABLE**

- Administrador de la Cadena de Tiendas LISMEY

- **CRONOGRAMAS**

	ENE				FEB				MAR				ABR			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.Reconocimiento de las áreas de la Cadena de Tiendas	■	■														
2. Identificar las áreas más deficientes		■														
3. Realizar una mejora de los ambientes considerando los estantes			■	■	■	■	■	■								
4. Monitorear su cumplimiento			■		■	■		■								
5. Evaluar los resultados obtenidos									■	■						

Tabla 25. Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **COSTOS INCURRIDOS**

MATERIALES			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Hojas de trabajo	02 Mill.	S/ 12.40	S/ 24.80
Lapiceros	½ Doc.	S/ 0.54	S/ 3.20
Resaltador	4 Und.	S/ 1.50	S/ 6.00
Folder A4	04 Paq.	S/ 3.80	S/ 15.20
			S/ 49.20

Tabla 26. Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

REFRIGERIO			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Néctar 145 ML.	02 Paq.	S/ 6.20	S/ 12.40
Galletas simples	02 Paq.	S/ 2.50	S/ 5.00
			S/ 17.40

Tabla 27. Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

HONORARIOS					
DETALLES	CANT.	HRS.	SES.	C.U	C.T
Administrador	01	1hra.	15	S/ 50.00	S/ 750.00
Contratación de un especialista de interiores	01	1hra.	15	S/ 80.00	S/ 1,200.00
					S/ 1,950.00

Tabla 28. Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

MATERIALES DE INTERIORES			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Plancha de melamina Blanco 15 mm 2.15 x 2.44 metros	30 Und.	S/ 139.00	S/ 4,170.00
Accesorios de instalación de melamina	Global	S/ 750.00	S/ 750.00
			S/ 4,920.00

Tabla 29. Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- **INVERSIÓN TOTAL:** S/ 6,936.60

ESTRATEGIA 03: REALIZAR UN FLUJO DE PROCEDIMIENTOS PARA LA ATENCIÓN DEL CLIENTE

- **PROPÓSITO**

El propósito de la estrategia basado al flujo de procedimientos para la atención del cliente en la Cadena de Tiendas LISMEY, tiene como finalidad lograr reducir los procesos de atención en función al despacho de los productos solicitados, para la cual es necesario su mejora en función a que es una de las principales causas que genera quejas y reclamos por los clientes.

- **DISEÑO DE FLUJOS DE PROCESOS**

El diseño del siguiente flujo ha considerado el despacho de productos de abarrotes promedios donde el cliente recurre a algunas de las tres tiendas de la Cadena de Tiendas LISMEY, para la cual se realizará una comparación entre el actual y el propuesto. A continuación, se detallan:

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS ACTUAL							
- MÉTODO : Actual - EMPRESA : Tienda LISMEY - RESPONSABLE : Carlin, Gabriela Melissa Panta Pingo, Betty Isabel - RECURSOS : Proceso de atención al cliente			- FECHA : 16/10/2020 - CODIGO : FP-0001				
DESCRIPCIÓN	CANT.	TIEMPO (min)	SIMBOLO				
			●	➔	◐	■	▼
P1. Inicio de la atención al cliente	01	20 Seg.	●				
P2. Solicita el detalle de los productos	01	2 Min.	●				
P3. Se realiza una lista de los productos requeridos	01	5 Min	●				
P4. Se emite la lista al encargado de almacén de productos	01	2 Min.	●				
P5. Se realiza el empaquetado	01	3 Min.	●				
P6. Se emite el comprobante de venta (Factura y/o boleta)	01	1 Min.	●				
P7. Realiza el pago	01	20 Seg.	●				
P8. Se entrega el producto	01	40 Seg.	●				
P9. Término de la atención	01	10 Seg.	●				
TOTAL DE TIEMPO:		14 Min y 30 Seg.					

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PROPUESTO							
- MÉTODO : Propuesto - EMPRESA : Tienda LISMEY - RESPONSABLE : Carlin, Gabriela Melissa Panta Pingo, Betty Isabel - RECURSOS : Proceso de atención al cliente			- FECHA : 16/10/2020 - CODIGO : FP-0001				
DESCRIPCIÓN	CANT.	TIEMPO (min)	SIMBOLO				
			●	➔	◐	■	▼
P1. Inicio de la atención al cliente	01	5 Seg.	●				
P2. Se saluda amablemente	01	10 Seg.	●				
P3. Solicita el detalle de los productos	01	1 Min.	●				
P4. Se realiza una lista de los productos requeridos	01	2 Min	●				
P5. Se emite la lista al encargado de almacén de productos	01	30 Seg.	●				
P6. Se verificar la existencia de los productos en listas	02	2 Min	●				
P7. Se traslada el producto al área de atención	01	40 Seg.	●				

P8. Se verificar la lista y los productos previamente a empaquetar	01	35 Seg.	●				
P9. Se realiza el empaquetado	01	45 Seg.	●				
P10. Se emite el comprobante de venta (Factura y/o boleta)	01	25 Seg.	●				
P11. Realiza y verifica el pago	01	10 Seg.	●			●	
P12. Se entrega el producto	01	10 Seg.	●				
P13. Término de la atención y saludo de despido al cliente	01	8 Seg.	●				
TOTAL DE TIEMPO:		8 Min y 63 Seg.					

El análisis de los resultados demuestra que el flujo de procesos actuales, tiene (09) procesos que, por lo general, no se cumplen adecuadamente. Así mismo, existen una serie de falencias por la necesidad de verificación, control y sobre todo optimizar los procesos. Es aquí donde se produce la mayor queja de los clientes y totaliza, un promedio total de atención en tiempos de 14 Min y 30 seg., a diferencia de lo propuesto que implica (13) procesos, que garantiza una mayor rapidez en los pedidos. Esto totaliza de tiempo de 8 Min y 63 Seg, que implica una economía de tiempo de 5 Min. 67 Seg.

- DESARROLLO DEL PROGRAMA

La ejecución del programa basado al diseño de flujos de procesos para mejorar la atención de los pedidos de los clientes de la Cadena de Tiendas LISMEY, estará a cargo del Administrador, el cual acompañará el desarrollo de cada una de las actividades durante los meses de enero a febrero del 2021.

- RESPONSABLE

- Administrador de la Cadena de Tiendas LISMEY

- CRONOGRAMAS

	ENE				FEB				MAR				ABR			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Identificación de los procesos de atención al cliente.																
2. Planteamiento del flujo de procesos actuales y propuesto de atención.																

3.Implementación del flujo de procesos																			
4.Monitorear su cumplimiento																			
5.Evaluar los resultados obtenidos																			

Tabla 30. Cronograma de actividades planificadas respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- COSTOS INCURRIDOS

MATERIALES				
DETALLES	CANT.	C.U	C.T	
Hojas de trabajo	01 Mill.	S/ 12.40	S/	12.40
Lapiceros	½ Doc.	S/ 0.54	S/	3.20
Resaltador	4 Und.	S/ 1.50	S/	6.00
Folder A4	02 Paq.	S/ 3.80	S/	7.60
			S/	29.20

Tabla 31. Materiales requeridos respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

REFRIGERIO				
DETALLES	CANT.	C.U	C.T	
Néctar 145 ML.	01 Paq.	S/ 6.20	S/	6.20
Galletas simples	01 Paq.	S/ 2.50	S/	2.50
			S/	8.70

Tabla 32. Refrigerio utilizado respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

HONORARIOS					
DETALLES	CANT.	HRS.	SES.	C.U	C.T
Administrador	01	1hra.	13	S/ 50.00	S/ 650.00
Contratación de un especialista en PHVA	01	1hra.	13	S/ 90.00	S/ 1,170.00
					S/ 1,820.00

Tabla 33. Honorarios del personal requerido respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

SERVICIOS ADICIONALES			
DETALLES	CANT.	C.U	C.T
Impresión de hojas informativas de los flujos de proceso propuesto	½ Cient.	S/ 1.50	S/ 75.00

Tabla 34. Servicios adicionales respecto al taller de capacitación de la Cadena de Tiendas

Fuente: Elaborado por las autoras.

- INVERSIÓN TOTAL: S/. 1,932.90

3.1.3. VERIFICACIÓN (V)

En función a la tercera fase de verificación se tendrá en cuenta una serie de fichas que serán necesarias para verificar, monitorear y controlar que las actividades se realicen de manera adecuada en cumplimiento con la capacitación del personal, mejora de los ambientes y reducción en la atención de los pedidos solicitado por los diferentes clientes en la Cadena de Tiendas Lismey. Para la cual se debe considerar las siguientes fichas:

Ficha de monitoreo general

MONITOREO EN LOS AMBIENTES							
CONCEPTOS A VALORAR	ÓPTIMO	ALTO	NORMAL	BAJO	NO ACEPTABL	RESPONSABLE	FECHA DE REALIZACIÓN
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							
EVALUADORES							

Ficha de verificación de la capacitación del personal

CADENA DE TIENDAD LISMEY			
FICHA DE VERIFICACIÓN DE LA CAPACITACIÓN LABORAL			
DATOS GENERALES			
DATOS DEL TRABAJADOR		DATOS DEL EVENTO	
Nombre:		Descripción:	
Cargo:		Empresa:	
Condición:		Fecha:	
Nombre el evaluador:			
Valoración porcentual (%) del trabajador sobre la aplicación de los aprendido en el taller de capacitación:			
25%	50%	75%	100%
Valoración Porcentual (%) sobre el desempeño que ha contribuido el contenido del taller de capacitación:			
25%	50%	75%	100%
CONTENIDO DEL CURSO			
DATALLE			<i>¿Porcentaje de mejora de desempeño?</i>
(0 - 25%) Bajo / (26% - 50%) Regular (51 - 75%) Bueno / (76% . 100%) Muy buenos			
SOBRE EL CONTENIDO			
- Objetividad de las actividades de capacitación alcanzadas			
- Nivel de contenido de cada tema de capacitación			
- Duración del taller de capacitación			
SOBRE EL CAPACITADOR			
- Dominio y/o manejo del tema			
- Interacción y motivación al participante			
- Comunicación ha sido efectiva			
SOBRE MI PARTICIPACION			
- Puntualidad en las sesiones de la capacitación			
- Participación en las actividades de capacitación			
SUGERENCIAS O COMENTARIOS:			

Fuente: Elaborado por las autoras.

Ficha de verificación de la capacitación del personal

CADENA DE TIENDAS LISMEY				
FICHA DE MONITOREO DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS AMBIENTES Y PRODUCTOS				
Factores	Escala			Observación
	Si	No	A veces	
1. Se identificaron los ambientes inadecuados				
2. Se logró clasificar los ambientes de manera efectiva				
3. Se diseñará anaqueles de productos en el área de atención				
4. Se mejoró el ambiente de almacenamiento				
5. Se adicionaron los productos en cada ambiente				
6. Se señalizaron los ambientes y productos.				
7. Existe pasajes libres y amplios				
8. Los ambientes son cómodos				
9. Las condiciones del ambiente son adecuadas				
10. Existen riesgos estructurales				

Fuente: Elaborado por las autoras.

Ficha de verificación de los procesos de atención al cliente

CADENA DE TIENDAS LISMEY				
FICHA DE MONITOREO DE LOS PROCESOS DE ATENCIÓN EN EL DESPACHO DE PEDIDOS DE LOS CLIENTES				
Factores	Escala			Observación
	Si	No	A veces	
1. Se ha reducido los tiempos en el listado de los pedidos de los productos.				
2. Se cumple con el proceso de verificación de la lista de los productos.				
3. Se han verificado los productos antes de empaquetar				
4. Se cumple con el proceso adecuado de empaquetado				
5. Se verifican los comprobantes de venta y compra.				
6. Se ha mejorado la eficiencia en la recepción de productos del almacenero				
7. El personal muestra una interacción inmediata en la entrega de los productos.				
8. El personal soluciona las quejas y/o imprevistos en la atención				

Fuente: Elaborado por las autoras.

3.1.3. ACCIÓN (A)

Respecto a la evaluación del hacer y de lo identificado en la verificación de las estrategias establecidas en la planificación, se evaluará principalmente los resultados obtenidos durante cada jornada o periodo establecido en el cronograma de actividades de la Cadena de Tiendas LISMEY, así mismo se tendrá en cuenta acciones correctivas para mejorar los hallazgos durante el desarrollo laboral. A continuación, se detallan:

Ficha de evaluación y acción de mejora

EVALUACIÓN Y ACCIONES DE MEJORA			
ACTIVIDADES DEFICIENTE	RESPONSABLE	ACCIÓN	CORRECIÓN
1.			
2.			
3.			
4.			

Fuente: Elaboradora por las autoras.

CUADRO DE MANDO	VERIFICACIÓN (PERIODO)	INDICADORS	EVALUACIÓN
RESPONSABLE ▪ Administrador APOYO ▪ Asistentes	Término de jornada laboral (7días)	▪ Identificar las áreas más deficientes ▪ Mejora el ambiente de las áreas de la tienda ▪ Etiquetas y señalizar cada una de las áreas. ▪ Mejorar el pasaje de las áreas. ▪ Ubicación de los recursos y/o materiales de los ambientes.	▪ Maximizar un 80% las áreas de la tienda. ▪ Etiquetar un 90% los recursos y/o materiales innecesarios ▪ Ubicar un 80% los productos en el área de la tienda ▪ Mantener un 90% ordenado todos los ambientes

Fuente: Elaboradora por las autoras.

TARJETA DE CLASIFICACIÓN

- Área : _____
- Ambiente : _____
- Fecha: ____ / ____ / ____

ACCIÓN DE MEJORA

Agrupar en espacio separado

Reubicar

Desubicado

Mejorar

Comentario:

3.20"

5.5"

Fuente: Elaboradora por las autoras.

TARJETA DE ORDEN DE PRODUCTOS	
▪ Área : _____	
▪ Productos : _____	
▪ Fecha: ____ / ____ / ____	
<u>ACCIÓN SUGERIDAD</u>	
Ubicación correcta <input type="checkbox"/>	
Adicionar espacio <input type="checkbox"/>	
Liberar espacio <input type="checkbox"/>	
Observación:	

3.00"

4.0"

Fuente: Elaboradora por las autoras.

3.2. Presupuesto del plan de mejora

Para el desarrollo del plan de mejora continua se tendrá en cuenta una serie de actividades en función al cumplimiento de las metas y cronogramas de actividades, considerando el presupuesto o costo que incurrirá para su implementación con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de atención en los clientes de la Cadena de Tiendas LISMEY. A continuación, se detalla el presupuesto requerido para su ejecución:

COSTOS INCURRIDOS		
PARTIDA	DETALLE	C.U.
01. ESTRATEGIA 01	Realizar un taller de capacitación de la Cadena de Tiendas LISMEY	S/. 1,849.00
02. ESTRATEGIA 02	Diseñar la clasificación física de los ambientes	S/. 6,936.60
04. ESTRATEGIA 03	Realizar un flujo de procedimientos para la atención del cliente	S/. 1,932.00
COSTO TOTAL		S/. 10,717.60

Tabla 35. Consolidado de costos del plan de mejora

Fuente: Elaborado por las autoras.

INGRESOS (POR VENTAS Y CUENTAS POR COBRAR)	EGRESO (GASTOS, REM, CUENTAS POR PAGAR, OBLIG Y OTROS)	TOTAL (ING - EGR)
S/. 1,852,619.00	S/. 650,742.00	S/. 1,201,877.00

Tabla 36. Ingreso y egreso de la cadena de Tiendas LISMEY Periodo 2019.

Fuente: Elaborado por las autoras.

DETALLE	PERIODO		
	2019	2020	2021
INGRESO (ING)	S/. 1,852,619.00	S/. 1,111,571.40	S/. 1,778,514.24
EGRESO (EGRE)	S/. 650,742.00	S/. 390,445.20	S/. 635,429.72
BENEFICIO NETO (B/N)	S/. 1,201,877.00	S/. 721,126.20	S/. 1,143,084.32

Tabla 37. Ingreso y egreso de la cadena de Tiendas LISMEY, proyección 2020 al 2021

Fuente: Elaborado por las autoras.

Durante el periodo (2019 – 2020) se ha proyectado una estimación de (-40%) de los ingresos productos de la situación actual, mostrando un ingreso de S/. 1,111,571.40 y costos de S/. 390,445.20, mientras que para el periodo 2021, se espera una recuperación del 60% de las ventas en abarrotes, asumiendo un ingreso total de S/. 1,778,514.24 y los costos, sumado a las estrategias a implementar un total de S/. 635,429.72, siendo el beneficio neto de S/. 1,143,084.52, demostrando que la Cadena de Tiendas LISMEY, puede cubrir el total de costos de las estrategias considerados en el periodo 2021.

Relación B/C	S/. 3,939,077.21
	S/. 1,391,673.52
TOTAL	2.83

Tabla 38. Relación beneficio sobre costos

Fuente: Elaborado por las autoras.

La implementación de las estrategias, es viable y aceptable, cumpliendo con la regla mayor o igual a 1, lo cual demuestra el B/C= 2.83, con una tasa de descuento del 10%, demostrando que el retorno de la inversión es casi siete veces, favoreciendo el crecimiento y desarrollo económico de la Cadena de Tiendas LISMEY, mediante la mejora de los procesos de atención, mediante la calidad de sus servicios y durante el despacho de sus clientes.

REFERENCIAS

1. **ABAD, Begoña. 2016.** Investigación social cualitativa y dilemas éticos: de la ética vacía a la ética situada. Madrid, España : s.n., 2016. Vol. I, 34.
2. **ALARCÓN, Carlos. 2017.** *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa Servifreno.* Lima, Perú : Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2017.
3. **ARIAS, Fidias. 2016.** *El proyecto de investigación; Introducción a la metodología científica.* Séptima. República Bolivariana de Venezuela : Alegría C.A., 2016. 980-07-8529-9.
4. **BACA, Gabriel. 2015.** *Introducción a la Ingeniería Industrial.* Segunda. Azapotzaico : Grupo Editorial Patria, 2015. 978-607-438-919-7.
5. **BAENA, Guillermina. 2017.** *Metodología de la investigación 3° Edición.* México : Grupo Editorial Patria S.A., 2017. 978-607-744-748-1 .
6. **BERNAL, Freyzer. 2018.** *Propuesta de mejoramiento del proceso de servicio al cliente en la empresa Genionet Telecomunicaciones S.A.S.* Cajica : Universidad Militar Nueva Granada, 2018.
7. **BLANCO, Mateos. 2019.** *Atención al cliente y calidad en el servicio.* Primera. s.l. : IC Editorial, 2019. 978-84-9198-565-5.
8. **BORJA, Andrés, MONSALVE, María y BERMÚDEZ, Jonathan. 2019.** Percepción de la calidad del servicio prestado por los supermercados tipo hard discount en la ciudad de Medellín a partir del modelo Servqual. Colombia : Revista CIES, 2019. Vol. X, 2. ISSN 2116-0167.
9. **CABEZAS, Damián, ANDRADE, Diego y TORRES, Johana. 2018.** *Introducción a la metodología de la investigación científica.* Sangolquí : ESPE, 2018. 978-9942-765-44-4.
10. **CHUMPITAZ, Cristofer. 2018.** *Implementación de un sistema de mejora continua para el área de logística en la productividad de la empresa ARQ.* Lima, Perú : Universidad de San Martín de Porres, 2018.
11. **Consultoría Internacional Improven. 2019.** Plan de mejora continua empresarial. [En línea] 2019. <https://www.improven.com/resultoria-la-mejora-continua-vuelve-a-ser-noticiae/#>.

12. **CORNEJO, Melina y LEÓN, Frederick. 2017.** *Propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central de Franco Supermercado.* Arequipa, Perú : Universidad Católica San Pablo, 2017.
13. **CORTÉS, Manuel. 2017.** *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015).* Primera. s.l. : Interconsulting Bureau S.L., 2017. 978-84-9021-483-1.
14. **GARCIA, Kerly. 2017.** *Propuesta de mejora de atención al cliente en la Empresa Lumen Ingeniería S.A.C.* Lima : Universidad San Ignacio de Loyola, 2017.
15. **GUTIÉRREZ, Giancarlo, VÁSQUEZ, Lisette y VILCA, Eduardo. 2019.** *Influencia de la calidad de servicio en el posicionamiento de Plaza Vea Real de Trujillo.* Perú : Revista SCIENDO, 2019. Vol. XX, 2. ISSN 1681 - 7230.
16. **HERNÁNDEZ, Roberto y MENDOZA, Paulina. 2018.** *Metodología de la investigación; las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México : Mc Graw Hill Education, 2018. ISBN: 978-1-4562-6096-5.
17. **HERRERA, Susan. 2019.** *Mejorar de la calidad del servicio ofrecido en las MYPE del Perú, utilizando el sistema de aplicación de buenas prácticas.* Perú : Revista Industrial Data, 2019. Vol. XXII, 1. ISSN 1810 - 999.
18. **HIDALGO, Rolando. 2015.** *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo.* Babahoyo : Universidad Regional Autónoma de los Andes, 2015.
19. **IBAÑEZ, Lizbeth y ALVARADO, Arkin. 2019.** *La calidad del servicio y la reputación de una empresa de la Sierra Liberteña.* Perú : s.n., 2019.
20. **Institución Nacional de Calidad en el Perú - INACAL. 2018.** *¿Cómo lograr la mejora continua en la gestión de calidad? [En línea] 2018.* <https://www.esan.edu.pe/empresariales/2018/03/como-lograr-la-mejora-continua-en-la-gestion-de-calidad/>.
21. **IZQUIERDA, Eugenia. 2016.** *Desarrollo de una propuesta de un Plan de Mejora Continua Aplicado a la Empresa Comercial Abad Mendieta CIA. LTDA.* Cuenca : Universidad del Azuay, 2016.
22. **LLAUCE, Julissa. 2018.** *Mejora continua y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil del Perú.* Lima : Universidad Autónoma del Perú, 2018.

23. **MARTÍN, Luz y DÍAZ, Eloísa. 2016.** *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Segunda. s.l. : Segunda, 2016. 978-84-17129-50-7.
24. **MIQUEL, Gervacio. 2017.** *Implantación de un proceso de mejora continua en empresas de servicios*. Santiago de Chile, Chile : Universidad de Chile, 2017.
25. *Plan de mejora de atención al usuario interno para la satisfacción del usuario externo en Reque - Chiclayo.* **FLORIÁN, Johana, GÁLVEZ, Carmen y BARSALLO, Ricardo. 2019.** 4, Chiclayo : s.n., 2019, Revista Científica Institucional TZHOECOEN, Vol. XII, págs. pp. 525 - 535.
26. **PRADA, Ricardo. 2017.** Calidad del servicio en tiendas de comercio al Detal. Colombia : Revista espacios, 2017. Vol. XXXVIII, 34. ISSN 0798 - 1015.
27. **PROAÑO, Ximena, GISBERT, Victor y PÉREZ, Elena. 2017.** Metodología para elaborar un plan de mejora continua. España : Revista de innovación y desarrollo S.L., 2017. Vol. I, 1. ISSN 2254 - 3376.
28. *Process and management innovation in a quality mangement sysrem for a service industry.* **ÁVILA, Alexandra y MORALES, Alfonso. 2019.** 1, Chile : s.n., 2019, Revista Chilena de Economía y Sociedad, Vol. XIII, págs. pp. 1 - 21.
29. *Quality of service in retail shops. An empirical study in Colombia.* **ACOSTA, Julio. 2017.** 34, Colombia : s.n., 2017, Revista Espacio, Vol. XXXVIII, págs. pp. 6 - 23.
30. **QUILICHE, Aydee. 2016.** *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria*. Cajamarca, Perú : Universidad Privada del Norte, 2016.
31. **RAJADELL, Manel. 2019.** *Creatividad; emprendimiento y mejora continua*. s.l. : Reverté S.A., 2019. 978-84-291-9514-9.
32. **REYES, Elizabeth, y otros. 2019.** Plan de mejora para la optimización de recursos y procesos en Microempresas. México : Revista de innovación y conocimiento científico, 2019. Vol. XLI, 133. ISSN: 2448-847X.

33. **REYES, Mauricio. 2016.** *Metodología de la investigación 6° Edición.* s.l. : Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2016. 978-607-9463-13-7.
34. **RIVAS, Gisella y ZAMORA, Heydy. 2019.** *Propuesta de un plan de mejora para optimizar la gestión del proceso de transporte de Inversiones ZAMCAR S.A.C.* Lima : Universidad Ricardo Palma, 2019.
35. **ROJAS, David. 2017.** *Ingeniería administrativa.* Bogotá : Ediciones de la U, 2017. 978-958-762-625-4.
36. **SÁNCHEZ, Maricela. 2016.** *Administración.* Segunda. Ciudad de México : Grupo Editorial Patria, 2016. 978-607-744-247-9.
37. *Service quality measurement.* **GANGA, Francisco, ALARCÓN, Nancy y PEDRAJA, Liliana. 2019.** 4, Chile : s.n., 2019, Revista Chilena de Ingeniería, Vol. XXVII, págs. pp. 668 - 681.
38. **SOCCONINI, Luis y REATO, Carlo. 2019.** *Lean Six Sigma; sistema de gestión para liderar empresas.* Primera. s.l. : MARGE Books, 2019. 978-84-17903-02-2.
39. **SOTELO, Fernando. 2016.** *La gestión de procesos de mejora continua como estrategia generadora de ventaja competitiva aplicadas a MyPES: Caso peruano.* Barcelona, España : Universidad Politénica de Catalunya, 2016.
40. **STORCH, María, y otros. 2019.** *Organización, gestión y ejecución de proyectos industriales.* Primera. s.l. : Diaz de Santos, 2019. 978-84-9052-237-0.

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE DEL ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p align="center">Variable PLAN DE MEJORA CONTINUA</p>	<p>RAJADELL, M. (2019) lo define como “el conjunto de actividades basados en planificar, hacer, verificar y actuar en una empresa, mediante la utilización de las técnicas y herramientas de mejora que garanticen mantener un constante cambio respecto al procedimiento a nivel interno que implica el compromiso de todos los colaboradores”.</p>	<p>– Los indicadores que comprenden la variable plan de mejora continua mediante el modelo PHVA, para ello previamente se realizará un diagnóstico para establecer la situación actual de cada fase, empleando un cuestionario a los colaboradores de la Cadena de Tienda LISMEY. 2020.</p>	<p>– Planificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación del problema – Alternativas de mejora – Planificación de actividades 	<p align="center">– ORDINAL</p>
			<p>– Ejecución</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicación de actividades – Realización de actividades 	
			<p>– Verificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Seguimiento de las actividades – Control de las actividades 	
			<p>– Acción</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Medición de los resultados – Acciones correctivas – Retroalimentación 	

Variable CALIDAD DEL SERVICIO	<p>CORTÉS, M. (2017) lo define como el conjunto de acciones atendidas en función a poder alcanzar una mayor satisfacción y expectativas del cliente o consumidor, que está relacionado con aquellos elementos de fiabilidad, seguridad, tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía, para lograr cumplir con los objetivos del servicio deseado.</p>	<p>– Los indicadores que comprenden la variable calidad del servicio serán mediante la valoración del modelo SERVQUAL, para ello previamente se realizará un diagnóstico para establecer la situación actual mediante un cuestionario al personal, así mismo se utilizará un diagrama de operaciones DAP y Check List para identificar los puntos críticos en la Cadena de Tienda LISMEY. 2020.</p>	– FIABILIDAD (FB)	<ul style="list-style-type: none"> – Resolución de problemas – Compromiso del servicio – Cumplimiento del servicio 	– ORDINAL
			– SEGURIDAD (SG)	<ul style="list-style-type: none"> – Confianza en el servicio – Amabilidad en el servicio – Sentimientos de seguridad 	
			– TANGIBILIDAD (TG)	<ul style="list-style-type: none"> – Instalaciones atractivas – Equipos modernos – Apariencia del personal 	
			– CAPACIDAD DE RESPUESTA (CR)	<ul style="list-style-type: none"> – Servicio inmediato – Disposición de ayuda – Comunicación efectiva 	
			– EMPATÍA (EM)	<ul style="list-style-type: none"> – Atención individualizada – Preocupación en la atención – Cumplimiento de sus requerimientos 	

Elaborado por las autoras.

ANEXO 4

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL ESTUDIO

TÍTULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	
Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020	¿De qué manera se relaciona el plan de mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?	Existe una relación significativa entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.	Determinar la relación entre el plan de mejora continua y la calidad del servicio en la Cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.	<p>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Aplicada - Correlacional, Transversal y No experimental.</p> <p>ENFOQUE Cuantitativo</p> <p>POBLACIÓN 26 colaboradores de la Cadena de Tiendas LISMEY</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO Encuesta - observación / Cuestionario - diagrama de operaciones (DAP)</p> <p>MÉTODO DE ANALISIS Análisis de tipo correlacional y prueba de normalidad, las cuales fueron procesados través del programa estadístico SPSS. V.26</p>
	PROBLEMA ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	
	<p>a. ¿Cuál es la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p> <p>b. ¿Cuál es la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p> <p>c. ¿Cuál es la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p> <p>d. ¿Cuál es la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p>	<p>a. La planificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p> <p>b. La ejecución de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p> <p>c. La verificación de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p> <p>d. La acción de la mejora continua se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020?</p>	<p>a. Establecer la relación de la planificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p> <p>b. Evaluar la relación de la ejecución de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p> <p>c. Establecer la relación de la verificación de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p> <p>d. Evaluar la relación de la acción de la mejora continua con la calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.</p>	

Elaborado por las autoras.

ANEXO 5

FORMATO DE CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE TIENDAS COMERCIALES LISMEY



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

N° _____

Estimado colaborador, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado; *“Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020”*, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen las principales categorías e instrucciones:

I. INSTRUCCIONES

El presente cuestionario de carácter confidencial está basado a cinco alternativas, las cuales permitirán medir las dimensiones del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración la escala de respuesta (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo.

DIMENSIONES	FORMULACIÓN DE LAS INTERROGANTES		ALTERNATIVAS				
			5 TA	4 DA	3 ID	2 ED	1 TD
PLANIFICACION	01	En la tienda logran reconocer los principales problemas que generan mayores riesgos.					
	02	Los problemas de la tienda están relacionados con los procesos de almacén y despacho de productos.					
	03	La tienda evalúa y ejecuta las alternativas de mejora en función a los procesos laborales.					
	04	Se ha promovido el conocimiento de los logros y/o metas que se desea alcanzar de las actividades planificadas.					
▪ EJECUCIÓN	05	Existe en la tienda una comunicación óptima para el logro de actividades laborales.					
	06	En la tienda se ejecutan efectivamente las actividades planificadas.					
	07	Entiende claramente las actividades que debe realizar en cada jornada laboral.					
	08	En la tienda existen procedimientos adecuados para el logro de actividades.					
▪ VERIFICACIÓN	09	Se realiza un seguimiento continuo durante el desarrollo de las actividades laborales en la tienda.					
	10	Se controlan constantemente las actividades realizadas en la tienda.					
	11	Considera necesario operaciones de control de las actividades que se realizan en la tienda					

▪ ACCIÓN	12	Se utiliza fichas o instrumentos de evaluación de los resultados obtenidos en la tienda.					
	13	Las acciones correctivas implementadas por la tienda han generado resultados efectivos.					
	14	La tienda periódicamente le orienta y capacita para asegurar la calidad de sus servicios.					
	15	Siente la necesidad que la tienda realiza una adecuada formación de sus capacidades laborales					

DATOS GENERALES

- a. Sexo: M:___ F:___
- b. Edad: 20 - 29 30 - 39 40 - 49 50 - 69
- c. Grado de instrucción: Post grado___ Superior Universitario___ Técnico___ Secundaria ___
- d. Tiempo laborando: Menos de 01 años___ Entre 01 a 02 años___ Más de 02 años

ANEXO 6

FORMATO DE CUESTIONARIO PARA MEDIR LA VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA CADENA DE TIENDAS COMERCIALES LISMEY



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

N° _____

Estimado personal, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado; *“Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020”*, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen las principales categorías e instrucciones:

I. INSTRUCCIONES

El presente cuestionario de carácter confidencial está basado a cinco alternativas, las cuales permitirán medir las dimensiones del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración la escala de respuesta (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

DIMENSIONES	FORMULACIÓN DE LAS INTERROGANTES		ALTERNATIVAS				
			5 TA	4 DA	3 IR	2 ED	1 TD
▪ FIABILIDAD (FB)	01	Ha solucionado las quejas y/o reclamos que realizan los clientes en la tienda.					
	02	Se otorgan y cumplen con las promociones en los diferentes productos que exhibe la tienda.					
	03	Mantiene un alto compromiso ante los pedidos solicitados por los clientes.					
	04	Cumplen efectivamente con los tiempos de entrega en los pedidos realizados por los clientes.					
▪ SEGURIDAD (SG)	05	Su comportamiento o actitud transmite seguridad a los pedidos requeridos por los clientes.					
	06	Sus compañeros de trabajo, atienden con amabilidad a los requerimientos de los clientes.					
	07	Se encuentran totalmente capacitado para brindar respuesta a los clientes.					
	08	Los clientes que frecuentan en la tienda, se sienten seguro con la atención y productos que se le ofrecen.					
▪ TANGIBILIDAD (TG)	09	Califica como adecuado la infraestructura, distribución y diseños físicos que posee la tienda.					
	10	Está de acuerdo con el espacio o área asignada para la atención al cliente en la tienda.					
	11	La tienda cuenta con cajas registradoras y equipos de seguridad modernos para brindar un mejor servicio.					
	12	La tienda le instruye en su apariencia para brindar una atención adecuada al cliente.					
▪ CAPACIDAD DE RESPUESTA (CR)	13	Atiende de manera rápida y acertada los pedidos solicitados por los clientes.					
	14	La atención personalizada que brinda al cliente, es inmediata y oportuna.					

	15	Sus compañeros ayudan de manera inmediata a los clientes en la entrega y transporte de sus pedidos.					
	16	Informan rápidamente la lista de pedidos y productos que deben ser entregados a cada cliente.					
▪ EMPATÍA (EM)	17	Se le atiende a los clientes de manera personalizada en función al orden de llegada.					
	18	Comprenden efectivamente los pedidos o requerimientos realizados por el cliente.					
	19	La mayoría de sus compañeros se preocupan por ofrecer una atención de calidad.					
	20	Cumplen en brindar informaciones técnicas respecto a las características de los productos.					

DATOS GENERALES

- a. Sexo: M:___ F:___
- b. Edad: 20 - 29 ___ 30 - 39 ___ 40 - 49 ___ 50 - 69 ___
- c. Grado de instrucción: Post grado___ Superior Universitario___ Técnico___ Secundaria ___
- d. Tiempo laborando: Menos de 01 años___ Entre 01 a 02 años___ Más de 02 años ___

ANEXO 7

VALIDACIÓN DE LOS JUECES EXPERTOS



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Agustín Medina Marchena con DNI N° 02897150, Magister en Matemática Aplicada, N° ANR/COP/CIP 227343, de profesión Ingeniero Economista, desempeñándome actualmente como Coordinador de la EP de Ingeniería Empresarial en la UCV - Piura

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

Guía de Pautas y Cuestionario

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

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de julio del dos mil veinte.

M.Sc. : Agustín Medina Marchena
DNI : 02897150
Especialidad : Ingeniero Economista
E-mail : amedina@ucv.edu.pe



Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		X			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		X			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		X			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		X			



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo **MBA Danny Daniel Antón Asanza** con DNI N° 03897882 Magister en Administración de Negocios Y Relaciones Internacionales N° ANR/COP **104714**, de profesión Ingeniero de Sistemas desempeñándome actualmente como Gerente en la empresa Servicios Danton EIRL - Piura

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

Guía de Pautas y Cuestionario

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

Guía de Pautas Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X

Questionario Para Jóvenes Universitarios de la UCV-Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad				X	
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia				X	
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 13 días del mes de JULIO del dos mil veinte.



Mgtr. : MBA Danny Daniel Antón Asanza
DNI : 03897882
Especialidad : Ing. de Sistemas
E-mail : danny_anton@hotmail.com

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	X				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	X				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	X				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		X			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																	X				

ANEXO 8

VALIDACIÓN DEL NIVEL DE CONFIABILIDAD DE LOS CUESTIONARIOS UTILIZADOS EN EL ESTUDIO

INFORME ESTADÍSTICO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estudiantes: **CASTILLO CARLIN, GABRIELA MELISSA**
PANTA PINGO, BETTY ISABEL
Escuela Académica de Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad
César Vallejo - Piura

Evaluador: **M.Sc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ**
Docente universitario - Universidad Nacional de Piura
N° de Colegiatura: Colegio Estadístico del Perú (COESPE) N° 507

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "**Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY. Sullana - Piura. 2020.**"

Los estudiantes elaboraron un **CUESTIONARIO** que consta de 15 ítems, para aplicar a los responsables de la Cadena de Tiendas LISMEY. Con el objetivo de **MEDIR LA PERCEPCION DE LA MEJORA CONTINUA.**, donde el instrumento si se definen por escala en las respuestas obteniéndose resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto, al existir homogeneidad, uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, se utilizó la fiabilidad de **Alfa de Cronbach** a los datos obtenidos de una **muestra piloto de 26 trabajadores**; cuyo valor se da en la siguiente tabla:

Alfa de Cronbach	N de ítems
0.992	15

Se debe mencionar que el coeficiente Alfa de Cronbach tiene una **CONFIABILIDAD MUY ELEVADA** según la escala de valorización propuesta por Vellis (1991):

En conclusión, el Instrumento tiene una CONFIABILIDAD ESTADISTICA MUY ELEVADA, es decir el INSTRUMENTO se puede UTILIZAR

Piura, 17 de noviembre del 2020



M.Sc. RICARDO A. ARMAS JUAREZ
ING. ESTADISTICO
COESPE 507

ANÁLISIS ESTADÍSTICO PARA EL CÁLCULO DE LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Tabla N° 01: Resumen de procesamiento de casos de la muestra piloto

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0

Fuente: Elaboración propia, Usando el Software IBM SPSS versión 26

Tabla N° 02: Estadísticas de los 1 ítems del CUESTIONARIO

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
En la tienda logran reconocer los principales problemas que generan mayores riesgos.	35,58	213,694	,968	,991
Los problemas de la tienda están relacionados con los procesos de almacén y despacho de productos.	34,96	217,798	,896	,992
La tienda evalúa y ejecuta las alternativas de mejora en función a los procesos laborales.	35,69	217,182	,959	,991
Se ha promovido el conocimiento de los logros y/o metas que se desea alcanzar de las actividades planificadas.	35,38	211,366	,967	,991
Existe en la tienda una comunicación óptima para el logro de actividades laborales.	35,35	215,515	,963	,991
En la tienda se ejecutan efectivamente las actividades planificadas.	35,23	213,705	,954	,991
Entiende claramente las actividades que debe realizar en cada jornada laboral.	35,58	218,254	,917	,992
En la tienda existen procedimientos adecuados para el logro de actividades.	35,96	215,398	,942	,991
Se realiza un seguimiento continuo durante el desarrollo de las actividades laborales en la tienda.	35,62	214,086	,956	,991
Se controlan constantemente las actividades realizadas en la tienda.	36,23	219,545	,929	,991
Considera necesario operaciones de control de las actividades que se realizan en la tienda	35,35	219,595	,933	,991
Se utiliza fichas o instrumentos de evaluación de los resultados obtenidos en la tienda.	35,62	214,966	,959	,991
Las acciones correctivas implementadas por la tienda han generado resultados efectivos.	35,42	217,294	,960	,991
La tienda periódicamente le orienta y capacita para asegurar la calidad de sus servicios.	36,08	217,834	,940	,991
Siente la necesidad que la tienda realiza una adecuada formación de sus capacidades laborales	35,04	220,278	,874	,992

Fuente: Elaboración propia, Usando el Software IBM SPSS versión 26


Msc. RICARDO A. ARNÁS JUÁREZ
ING. ESTADÍSTICO
COESPE 507

INFORME ESTADÍSTICO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estudiantes: **CASTILLO CARLIN, GABRIELA MELISSA**
PANTA PINGO, BETTY ISABEL
Escuela Académica de Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad
César Vallejo - Piura

Evaluador: **M.Sc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ**
Docente universitario - Universidad Nacional de Piura
N° de Colegiatura: Colegio Estadístico del Perú (COESPE) N° 507

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: **"Plan de mejora continua y calidad del servicio en la cadena de Tiendas Comerciales LISMEY, Sullana - Piura. 2020."**

Los estudiantes elaboraron un **CUESTIONARIO** que consta de 20 ítems, para aplicar a los responsables de la Cadena de Tiendas LISMEY. Con el objetivo de **MEDIR LA PERCEPCION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.**, donde el instrumento si se definen por escala en las respuestas obteniéndose resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto, al existir homogeneidad, uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, se utilizó la fiabilidad de **Alfa de Cronbach** a los datos obtenidos de una **muestra piloto de 26 trabajadores**; cuyo valor se da en la siguiente tabla:

Alfa de Cronbach	N de ítems
0,994	20

Se debe mencionar que el coeficiente Alfa de Cronbach tiene una **CONFIABILIDAD MUY ELEVADA** según la escala de valorización propuesta por Vellis (1991):

En conclusión, el Instrumento tiene una CONFIABILIDAD ESTADISTICA MUY ELEVADA, es decir el INSTRUMENTO se puede UTILIZAR

Piura, 17 de noviembre del 2020



M.Sc. RICARDO A. ARMAS JUAREZ
ING. ESTADISTICO
COESPE 507

ANÁLISIS ESTADÍSTICO PARA EL CÁLCULO DE LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Tabla N° 01: Resumen de procesamiento de casos de la muestra piloto

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia, Usando el Software IBM SPSS versión 26

Tabla N° 02: Estadísticas de los 1 ítems del CUESTIONARIO

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ha solucionado las quejas y/o reclamos que realizan los clientes en la tienda.	45,65	365,755	,955	,993
Se otorgan y cumplen con las promociones en los diferentes productos que exhibe la tienda.	46,15	373,735	,932	,993
Mantiene un alto compromiso ante los pedidos solicitados por los clientes.	45,31	372,302	,941	,993
Cumplen efectivamente con los tiempos de entrega en los pedidos realizados por los clientes.	45,77	379,305	,938	,993
Su comportamiento o actitud transmite seguridad a los pedidos requeridos por los clientes.	45,12	375,946	,924	,993
Sus compañeros de trabajo, atienden con amabilidad a los requerimientos de los clientes.	45,15	368,695	,954	,993
Se encuentran totalmente capacitado para brindar respuesta a los clientes.	46,00	373,440	,956	,993
Los clientes que frecuentan en la tienda, se sienten seguro con la atención y productos que se le ofrecen.	45,19	368,322	,955	,993
Califica como adecuado la infraestructura, distribución y diseños físicos que posee la tienda.	46,00	373,440	,956	,993
Está de acuerdo con el espacio o área asignada para la atención al cliente en la tienda.	45,88	364,986	,947	,993
La tienda cuenta con cajas registradoras y equipos de seguridad modernos para brindar un mejor servicio.	45,62	374,086	,944	,993
La tienda le instruye en su apariencia para brindar una atención adecuada al cliente.	45,62	360,566	,961	,993
Atiende de manera rápida y acertada los pedidos solicitados por los clientes.	45,65	377,915	,935	,993



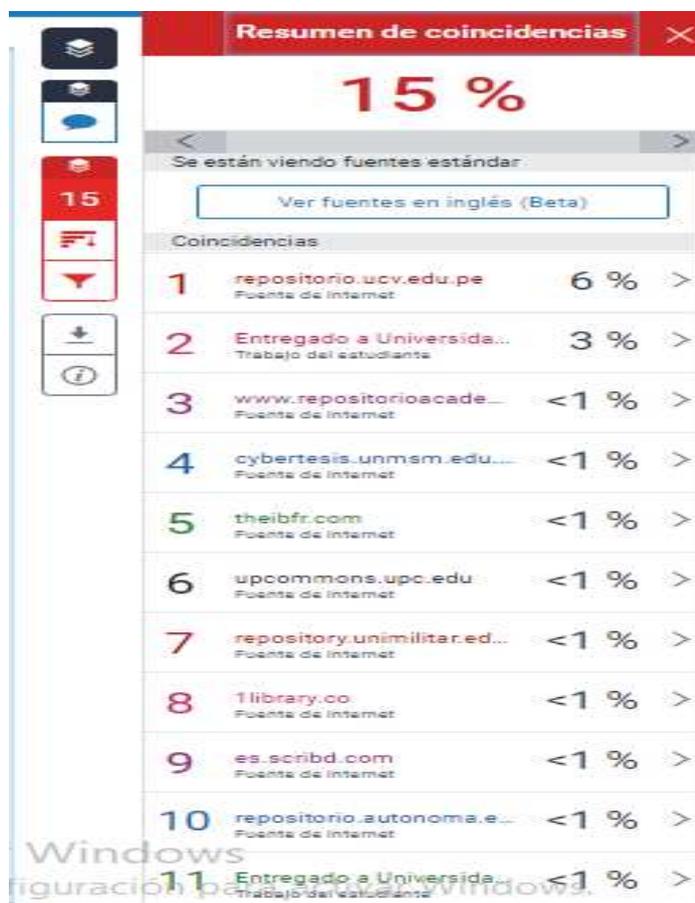
Msc. RICARDO A. ARNÁS JUÁREZ
ING. ESTADÍSTICO
COESPE 507

La atención personalizada que brinda al cliente, es inmediata y oportuna.	45,35	364,315	,971	,993
Sus compañeros ayudan de manera inmediata a los clientes en la entrega y transporte de sus pedidos.	45,35	370,955	,936	,993
Informan rápidamente la lista de pedidos y productos que deben ser entregados a cada cliente.	45,27	363,565	,967	,993
Se les atiende a los clientes de manera personalizada en función al orden de llegada.	45,19	372,242	,924	,993
Comprenden efectivamente los pedidos o requerimientos realizados por el cliente.	45,42	376,334	,903	,994
La mayoría de sus compañeros se preocupan por ofrecer una atención de calidad.	45,81	364,882	,954	,993
Cumplen en brindar informaciones técnicas respecto a las características de los productos.	45,04	370,758	,936	,993

Fuente: Elaboración propia, Usando el Software IBM SPSS versión 26



ANEXO 9 ANÁLISIS DEL TURNITIN



The screenshot displays the Turnitin interface for a 'Resumen de coincidencias' (Similarity Summary). The overall similarity score is 15%. The interface shows a list of 11 sources contributing to this score, with the most significant source being 'repositorio.ucv.edu.pe' at 6%.

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	6 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	3 %
3	www.repositorioacadem... Fuente de Internet	<1 %
4	cybertesis.unmsm.edu... Fuente de Internet	<1 %
5	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
6	upcommons.upc.edu Fuente de Internet	<1 %
7	repository.unimilitar.ed... Fuente de Internet	<1 %
8	1library.co Fuente de Internet	<1 %
9	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
10	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	<1 %
11	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %

ANEXO 10
DIAGRAMAS Y FLUJOS DEL MODELO PHVA

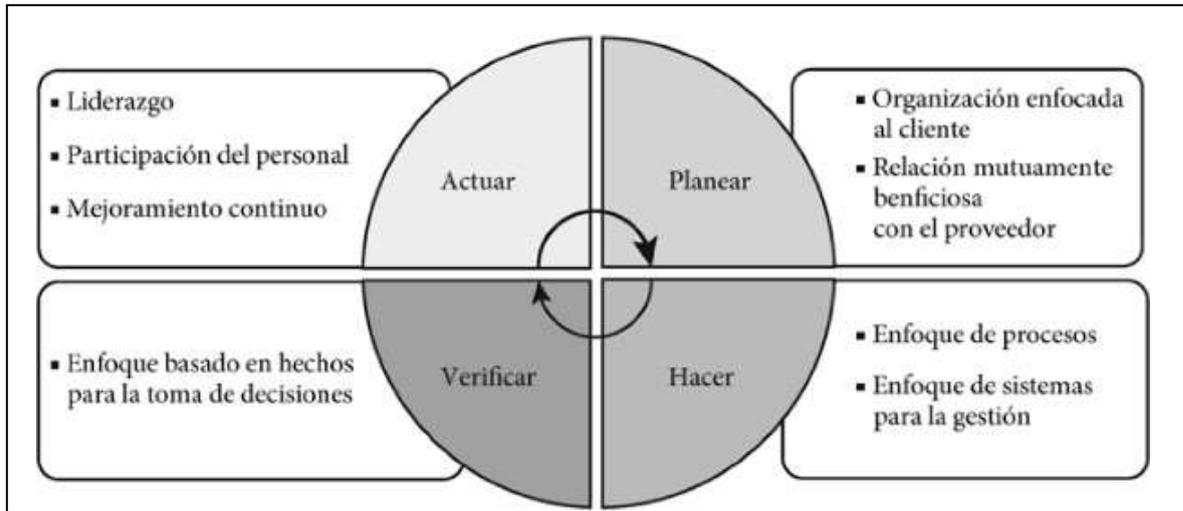


Figura: Los principios de la calidad y el ciclo PHVA

Fuente: El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC (2008)