



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Plan de mejora de calidad de servicio para incrementar la satisfacción
del cliente en una concesionaria automotriz, Chimbote 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

AUTORES:

García Quispe, Jean Pierre (ORCID: [0000-0001-6105-0800](https://orcid.org/0000-0001-6105-0800))

Pinedo Carbajal, Bruno Antony (ORCID: [0000-0002-3693-5786](https://orcid.org/0000-0002-3693-5786))

ASESOR:

Ms. Castillo Martinez, Williams Esteward (ORCID: [0000-0001-6917-1009](https://orcid.org/0000-0001-6917-1009))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Gestión de la Seguridad y Calidad

CHIMBOTE - PERÚ

2021

Dedicatoria

Al equipo de magníficos docentes cuyas cátedras quedarán grabadas como un eterno conocimiento que perdurará en nuestras memorias a través del tiempo.

También como un tributo especial a nuestras familias, todos ellos con sus grandes virtudes, quienes con sus consejos hicieron de nosotros personas con afán progresista y diferentes; enseñándonos que, para ser grande tenemos primero que pensar en serlo y que para lograrlo es necesario el estudio, como único medio para conseguir nuestros objetivos.

Agradecimiento

Con gran respeto y con fé inquebrantable al Todopoderoso a quien le dedicamos nuestras oraciones en momentos difíciles que nos puso la vida.

Gracias Señor por protegernos, escucharnos siempre, por tus evangelios que abrieron nuestros corazones y que guiaron nuestros caminos en los estudios y en la vida personal.

Te agradecemos porque logramos un objetivo con muchos obstáculos, que vencimos poniendo en práctica tus enseñanzas. “Señor bendice nuestros caminos y permítenos ser un orgullo para ti”.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Indice de contenidos.....	iv
Indice de tablas.....	v
Indice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1.Tipo y diseño de investigación	12
3.2.Variables y operacionalización.....	13
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
3.5 Procedimiento	14
3.6 Métodos de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	36
VI.CONCLUSIONES	42
VII.RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Esquematización del diseño de investigación	13
Tabla 2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
Tabla 3. Técnicas e instrumentos de análisis de datos.....	15
Tabla 4. Lluvia de ideas de causal de las 16 sugerencias/quejas de los clientes antes de la mejora	17
Tabla 5. 5 porqués de las causas específicas del problema de la baja satisfacción del cliente.	21
Tabla 6. Soluciones propuestas a las causas raíz del problema de la baja satisfacción del cliente	22
Tabla 7. Resumen del análisis ABC de los repuestos mayo 2018 - diciembre 2020.	25
Tabla 8. Resumen del análisis XYZ de los repuestos mayo 2018 - diciembre 2020.	26
Tabla 9. Matriz ABC/XYZ del área de repuestos.....	26
Tabla 10. Cantidad Económica de Pedido del área de repuestos	27
Tabla 11. Matriz ABC/XYZ del área de ventas	28
Tabla 12. Cantidad Económica de Pedido.....	29
Tabla 13. Ficha de cumplimiento de indicadores	33
Tabla 14. Porcentaje de modelos vehiculares planificados del área ventas en inventario.	34
Tabla 15. Evaluación de la satisfacción del cliente de la empresa.....	35

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de Ishikawa del problema de la baja satisfacción del cliente de la empresa Concesionaria H&S S.A.C.....	18
Figura 2. Diagrama Pareto de las causas del problema de la baja satisfacción del cliente.....	19
Figura 3. Índice de satisfacción al cliente de la empresa Concesionaria H&S S.A.C, segundo semestre 2020.....	21
Figura 4. Índice de satisfacción al cliente por tema clave de la empresa Concesionaria H&S S.A.C, segundo semestre 2020.	21
Figura 5. Comparativo de modelos de vehículos en inventario vs planificados	34

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo incrementar la satisfacción del cliente mediante un plan de mejora de calidad del servicio en una concesionaria automotriz en Chimbote. Para ello se realizó un estudio aplicado cuasi experimental con pre y post prueba, teniendo como variable independiente a la mejora de calidad de servicio y dependiente la satisfacción del cliente. Se utilizó como instrumentos la ficha documentaria de recopilación de quejas de los clientes, el diagrama de Ishikawa, el diagrama de Pareto, la ficha de análisis ABC y XYZ, por otro lado, se utilizó la ficha de 5 porqués de las 3 áreas de la empresa, la hoja de cálculo de Microsoft Excel, el plan de mejora de calidad de servicio, la ficha ABC/XYZ para las áreas de repuestos y ventas, por último, el cuestionario Servqual para evaluar la satisfacción del cliente post mejora. Como resultado se diseñó el plan de mejora de calidad de servicio, que fue aplicado para cada una de las tres áreas de la empresa en los tiempos determinados. Finalmente se evaluó la satisfacción del cliente post aplicación del plan de mejora y se estableció los nuevos índices porcentuales que fueron satisfactoriamente incrementados.

Palabras claves: Plan de mejora de calidad de servicio, incrementalidad, concesionaria automotriz, satisfacción del cliente

ABSTRACT

The objective of this research was to increase customer satisfaction through a service quality improvement plan at an automotive dealership in Chimbote. For this, a quasi-experimental applied study was carried out with pre and post test, having as an independent variable the improvement of service quality and dependent on customer satisfaction. The instruments were used as the documentary file for the compilation of customer complaints, the Ishikawa diagram, the Pareto diagram, the ABC and XYZ analysis sheet, on the other hand, the 5 whys sheet of the 3 areas of the company, the Microsoft Excel spreadsheet, the service quality improvement plan, the ABC / XYZ file for the spare parts and sales areas, and finally, the Servqual questionnaire to evaluate post-improvement customer satisfaction. As a result, the service quality improvement plan was designed, which was applied to each of the three areas of the company at the specified times. Finally, customer satisfaction was evaluated after application of the improvement plan and the new percentage rates were established, which were satisfactorily increased.

Keywords: Service quality improvement plan, incrementality, automotive dealership, customer satisfaction