



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Gestión de la Calidad para mejorar el Servicio de Atención al Cliente
en un Centro Recreacional. Chimbote, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniero Industrial

AUTORES:

Bedoya Cabrera, Wilbert Waldir (ORCID: 0000-0002-9309-6130)

López Cueva, Rolando Fredy (ORCID: 0000-0002-1583-7546)

ASESOR:

Mg. Vargas Sagástegui, Joel David (ORCID: 0000-0003-0411-8164)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema de Gestión de la calidad

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, pues él es nuestro creador. A nuestros seres queridos, por su apoyo incondicional y buenos deseos

Los autores.

Agradecimiento

Es nuestro deseo expresar un afectuoso y sincero agradecimiento a quienes han contribuido en la elaboración de esta tesis.

A nuestros familiares, por la confianza y apoyo brindado incondicionalmente.

A nuestros docentes de la Universidad Cesar Vallejo, quienes me impartieron sus conocimientos.

A todos ellos, muchas gracias de todo corazón

Los autores.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	16
III. METODOLOGÍA.....	23
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	23
3.2. Variables y operacionalización.....	23
3.3. Población, muestra, muestreo.....	24
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.5. Procedimientos.....	26
3.6. Método de análisis de datos.....	28
3.7. Aspectos éticos.....	29
IV. RESULTADOS.....	30
OBJETIVO N°1: Describir los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.....	30
OBJETIVO N°2: Describir los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención de un centro recreacional.....	42
OBJETIVO N°3: Aplicar la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.....	58
V. DISCUSIÓN.....	88
VI. CONCLUSIONES.....	92
VII. RECOMENDACIONES.....	93
REFERENCIAS.....	94
ANEXOS.....	100

Índice de tablas

Tabla 1: Técnicas e instrumentos de recolección de de datos	26
Tabla 2: <i>Técnicas de análisis de datos</i>	28
Tabla 3: <i>Respuestas dimensión tangibilidad</i>	31
Tabla 4: <i>Respuestas dimensión confiabilidad</i>	33
Tabla 5: <i>Respuestas dimensión capacidad de respuesta</i>	35
Tabla 6: <i>Respuestas dimensión Garantía</i>	37
Tabla 7: <i>Respuestas dimensión Empatía</i>	39
Tabla 8: <i>Niveles de las dimensiones del servicio de atención</i>	41
Tabla 9: <i>Respuestas de la Dimensión Liderazgo</i>	43
Tabla 10: <i>Respuestas de la Dimensión Compromiso de los trabajadores</i>	45
Tabla 11: <i>Respuestas de la Dimensión Gestión basada en procesos</i>	47
Tabla 12: <i>Respuestas de la Dimensión Orientación al cliente</i>	49
Tabla 13: <i>Niveles de las dimensiones del servicio de atención</i>	51
Tabla 14: <i>Lista de servicios que se ofrecen</i>	54
Tabla 15: <i>Lista de servicios que se ofrecen</i>	56
Tabla 16: <i>Nivel de impacto de las causas en el servicio de atención</i>	61
Tabla 17: <i>Plan de mejora de causas seleccionadas</i>	62
Tabla 18: <i>Ingresos proyectados por el servicio de Servicios Higiénicos</i>	66
Tabla 19: <i>Flujo de efectivo y cálculo de VAN</i>	67
Tabla 20: <i>Respuestas dimensión tangibilidad</i>	72
Tabla 21: <i>Respuestas dimensión confiabilidad</i>	74
Tabla 22: <i>Respuestas dimensión capacidad de respuesta</i>	76
Tabla 23: <i>Respuestas dimensión Garantía</i>	78
Tabla 24: <i>Respuestas dimensión Empatía</i>	80
Tabla 25: <i>Niveles de las dimensiones del servicio de atención</i>	82
Tabla 26: <i>Operacionalización de Variables</i>	105
Tabla 27: <i>Venta de entradas mayo y junio de 2019</i>	117
Tabla 28: <i>Venta de entradas mayo y junio de 2022</i>	118

Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Esquema del Diseño de investigación.....	23
Figura 2: Procedimientos de la investigación	27
Figura 3: Nivel de la Dimensión tangibilidad.....	30
Figura 4: Nivel de la Dimensión confiabilidad.....	32
Figura 5: Nivel de la Dimensión capacidad de respuesta.....	34
Figura 6: Nivel de la Dimensión garantía	36
Figura 7: Nivel de la Dimensión empatía.....	38
Figura 8: Nivel de la Variable Servicio de atención	40
Figura 9: Nivel de la Dimensión Liderazgo	42
Figura 10: Nivel de la Dimensión Compromiso de los trabajadores	44
Figura 11: Nivel de la Dimensión gestión basado en procesos	46
Figura 12: Nivel de la Dimensión orientación al cliente	48
Figura 13: Nivel de la Variable Gestión de la Calidad	50
Figura 14: Venta de entradas de mayo – junio de 2019	53
Figura 15: Reclamos registrados de mayo – junio de 2019	55
Figura 16: Estado de la limpieza de los servicios higiénicos	57
Figura 17: Diagrama de Ishikawa.....	60
Figura 18: Estado de la limpieza de los servicios higiénicos	63
Figura 19: Comparación estado de la limpieza antes y después de la reunión con el contratista.....	64
Figura 20: Nivel de la Dimensión tangibilidad.....	71
Figura 21: Nivel de la Dimensión confiabilidad.....	73
Figura 22: Nivel de la Dimensión capacidad de respuesta.....	75
Figura 23: Nivel de la Dimensión garantía.....	77
Figura 24: Nivel de la Dimensión empatía.....	79
Figura 25: Nivel de la Variable Servicio de atención	81
Figura 26: Análisis de la demanda después del plan de mejora	83
Figura 27: Análisis de los reclamos después del plan de mejora	84
Figura 28: Estadísticos descriptivos	85

Figura 29: Prueba de Normalidad	86
Figura 30: Resumen de contraste de hipótesis	87
Figura 31: Causas de reclamos por mal servicio a los clientes	115
Figura 32: Causas más relevantes de dificultades para dar buen servicio.....	116

Resumen

La investigación se planteó como objetivo general, aplicar la gestión de la calidad, para mejorar el servicio de atención al cliente en un centro recreacional. La investigación ha sido del tipo aplicada con enfoque cuantitativo y diseño preexperimental. La recolección de datos, se realizó mediante cuestionarios a la muestra constituida por 97 clientes y 17 empleados de la empresa, además de técnicas de análisis documentario y observación. Los resultados obtenidos fueron que los niveles de no conformidad para la variable servicio de atención se redujeron en tangibilidad de 50,5% a 39,2%, en confiabilidad de 45,4% a 30,9%, en capacidad de respuesta de 50,4% a 30,9%, en garantía de 43,3% a 28,9% y en empatía de 57,7% a 35,1%. También se determinó que el porcentaje de compromiso de los trabajadores, aumento de 41,2%, en 58,8%. Finalmente, la implementación del plan de mejora, permitió reducir la no conformidad del servicio de atención de 40,2% a 27,8%. De esta forma se concluye que el servicio de atención al cliente se ha mejorado por una adecuada gestión de la calidad que ha permitido reducir la no conformidad del servicio de atención al cliente en 30,85%.

Palabras claves: Servicio de atención al cliente, gestión de la calidad, no conformidad.

Abstract

The general objective of the research was to apply quality management to improve customer service in a recreational center. The research has been of the applied type with a quantitative approach and pre-experimental design. The data collection was carried out through questionnaires to the sample made up of 97 clients and 17 employees of the company, in addition to documentary analysis and observation techniques. Los resultados obtenidos fueron que los niveles de no conformidad para la variable servicio de atención se redujeron en tangibilidad de 50,5% a 39,2%, en confiabilidad de 45,4% a 30,9%, en capacidad de respuesta de 50,4% a 30,9%, en garantía de 43,3% a 28,9% y en empatía de 57,7% a 35,1%. It was also determined that the percentage of commitment of the workers increased from 41.2% to 58.8%. Finally, the implementation of the improvement plan made it possible to reduce the non-conformity of the customer service from 40.2% to 27.8%. In this way, it is concluded that the customer service has been improved by adequate quality management that has reduced the non-conformity of the customer service by 30.85%.

Keywords: Customer service, quality management, non-conformity.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchas empresas que no reconocen la importancia del servicio de atención al cliente. Según Murillo (2018, p.9), el servicio de atención al cliente es un conjunto de decisiones que las empresas deben impulsar como algo imprescindible para continuar en el mercado y alcanzar el éxito o el fracaso, más aún cuando estamos viviendo tiempos en los que el cliente es el personaje principal y depende de su reconocimiento la posibilidad de que las empresas continúen operando.

La calidad en el servicio de atención a los clientes, es un factor clave para cumplir con los objetivos organizacionales; como lo demuestra la investigación realizada en Colombia por Rojas, Niebles, Pacheco y Hernández (2020, pp. 221-232), donde evaluaron a 50 organizaciones del sector logístico. Los resultados del presente estudio, permitieron comprender que la empresa se debe centrar en ofrecer a sus clientes, una elevada calidad en la atención, garantizando que ellos encuentran sus demandas o requerimientos y cumplen con sus perspectivas. Así mismo, concluyó que las expectativas y las necesidades del cliente para cerrar una compra se sustenta en el servicio de atención.

Sin embargo, en un informe realizado por López (2017, [en línea] La República), se resalta la mala atención al cliente en el sistema financiero; lo cual ha generado un número importante de quejas. De enero a junio del 2017 se registraron 677.987 quejas, representando un 10,56% de incremento con respecto al año anterior. Según el informe, el principal motivo de las quejas es porque los clientes sintieron que la atención era ineficiente e indebida.

Así mismo, la empresa JL Consultores, (2019, [en línea] Gestión), basado en un estudio de Global Research Marketing (GRM), menciona que la calidad del servicio de atención, interviene en la decisión de comprar en un 60% de limeños. Además, indica que alrededor del 71% de los clientes no regresa debido haber experimentado un mal servicio, y estos clientes en un 36% han empleado las redes sociales para comentar sobre lo ocurrido. Además, se resalta que los clientes valoran más, que se les atienda de manera gentil, rápida y brindando una

información adecuada del producto. En consecuencia, los presentes indicadores, se deben tomar en cuenta, para mejorar el servicio de atención, para que los clientes sigan consumiendo los productos y servicios.

El presente estudio se realizará en el Centro Recreacional “Vivero Forestal”, considerado como un patrimonio ecológico de Chimbote, que aprovecha la belleza natural que cuenta con lagunas, bosques y diversas especies de flora y fauna. Este centro fue construido por la Ex Corporación Peruana del Santa en el año 1945, cuenta con un área de 402.256 m², donde ofrece una espléndida vista hacia la naturaleza, conformada por un bosque verdoso y frondoso. Cuenta también con jardines muy floridos, además de otros atractivos como cataratas, una laguna artificial con botes y remos, un tren con locomotora, carretas, una piscina olímpica para adultos y una pequeña piscina para niños, juegos infantiles, campos de fútbol, pérgolas para fiestas, servicio de restaurant y una Concha acústica para diversos eventos.

Por otro lado, mediante una conversación preliminar con el administrador del centro recreacional, permitió determinar algunas preocupaciones, como la disminución de visitantes, a causa de la pandemia por COVID-19; sin embargo, dicha problemática ya se estaba haciendo evidente antes de pandemia. Así mismo, otros problemas identificados fue el mal estado en que se encontraban algunos servicios, como los juegos mecánicos y los botes, los cuales ponían en riesgo a las personas que lo utilizaban.

Todo lo antes mencionado, se pudo corroborar en una visita presencial que se tuvo a las instalaciones del centro recreacional. Identificando también que en las boleterías había colas largas, lo cual aumentaba el tiempo de espera para disfrutar de los atractivos o juegos del lugar. Por otro lado, en algunos juegos se retrasaba el funcionamiento del mismo, porque este debía estar completamente lleno para dar inicio al juego, generando gran malestar entre los clientes. Ello ocasionaba que estos reclamen, mediante quejas, gritos y algunas veces insultos; lo cual cargaba los ánimos de los trabajadores, que ya se encontraban muy mortificados a causa de un inadecuado clima laboral.

Otro problema que enfrentó el centro recreacional fue la gran cantidad de desperdicios que se acumulaba al final de cada día, pero sobre todo el fin de semana o cuando había actividades en la concha acústica y en los centros de eventos.

Debido a todo lo antes mencionado, se crea la necesidad de abordar la problemática y proponer una solución, que busque preservar uno de los atractivos turísticos que tiene la ciudad de Chimbote, es por ello, que el presente estudio plantea la siguiente interrogante ¿Cómo la Gestión de la Calidad mejoraría el Servicio de Atención al Cliente en un Centro Recreacional?

El presente estudio tiene una justificación social, debido que el centro recreacional debido a las deficiencias del servicio de atención a sus clientes afectaba su nivel de ingresos, con lo cual el mantenimiento y las operaciones de los servicios que ofrece se veían afectados. Las deficiencias del servicio de atención se debían a la reducción de visitantes porque la infraestructura de los servicios no estaba en buenas condiciones, porque el trato no era adecuado, porque los procesos de los servicios que ofrecía no estaban debidamente definidos.

Se tiene una justificación práctica dado que el estudio aplica teorías y herramientas de gestión de la calidad, para mejorar el servicio de atención, permitiendo de esta forma el aumento de visitantes al centro recreacional y generando los ingresos necesarios para mejorar los servicios de atención. Desde el punto de vista económico, el estudio permitirá aumentar el número de visitantes, generando mayores ingresos; con los cuales, se puede renovar, dar mantenimiento, implementar o ampliar de manera eficiente los servicios que ofrece, además que le permitiría aumentar sus ganancias.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio permite aplicar las herramientas de investigación, ingeniería y gestión de la calidad, primero para conocer el nivel del servicio de atención, las condiciones en las que se brinda y luego disponer las herramientas para mejorar dicho servicio.

La investigación se propuso como objetivo general, aplicar la gestión de la calidad para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional; así mismo, cuanta con tres objetivos específicos; el primer objetivo específico es, describir los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional, segundo objetivo específico; describir los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención de un centro recreacional, tercer objetivo; aplicar la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

II. MARCO TEÓRICO

En un artículo, publicado por Alarcón, Sarmiento, Mejía, Castaño y Troncoso (2020), se propuso analizar y establecer las causas que generaban ineficiencias en el servicio al cliente. Utilizando herramientas de calidad, se recopilaron los datos y estudiaron las causas posibles; mediante el diagrama causa y efecto se logró identificar que la ausencia del personal y la falta de capacitación, fueron las causas con mayor frecuencia. Así mismo, con las Cartas de Control se demostró que los estándares de calidad si se cumplen en los tiempos de espera predeterminados, sin embargo, el proceso no es estable, y la Capacidad de Proceso no se estaba cumpliendo de acuerdo con las especificaciones establecidas. La investigación concluye, que es de suma importancia brindar un servicio bueno y de calidad

Pincay y Parra (2020), en su estudio, analizaron la gestión de calidad en el servicio al cliente, de las PYMES de comercialización en el Ecuador. La metodología empleada fue de enfoque cualitativa; la recopilación de datos se llevó a cabo en dos fases, primero se enfocó en la búsqueda de fuentes primarias y la segunda fue el análisis de la información. Los resultados obtenidos, demostraron que en este tipo de empresas no emplean sistemas de gestión de calidad y que los métodos de evaluación del servicio no son fidedignos. La investigación concluye indicando que las PYMES son fundamentales para el crecimiento económico y deben estar acompañadas por un proceso de formación constante que garantice las prácticas propias de las organizaciones en favor de una gestión de calidad de servicio al cliente. La investigación resalta el modelo SERVQUAL como uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

Amate (2020), en su investigación, tuvo como finalidad analizar el servicio de atención por medio de las redes sociales para incrementar las ventas en Mundo Geylin C.A. El enfoque del estudio fue cuantitativo, de carácter documentario, descriptivo y de campo en una empresa dedicada a comercializar bisutería. Se aplicó un cuestionario a la población del estudio que estuvo conformado por el responsable del servicio de atención al cliente, el gerente general y 28 clientes. El resultado obtenido es que los clientes no se encontraban satisfechos con el servicio

que ofrecía la empresa; por lo cual la empresa debió replantear sus estrategias y sus procesos de atención al cliente. El estudio concluye, indicando que la empresa debe ofrecer servicios de atención más eficientes, conducidos por personal capacitado, con costos más bajos, que permitirían captar más clientes y lograr un nivel de satisfacción más alto.

Por otro lado, Salazar y Cabrera (2016), en estudio, tuvo como propósito, determinar la calidad de servicio de la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador, con respecto a los procesos de matrícula. La investigación realizada fue de tipo descriptiva transversal, cuyo resultado obtenido fue un trabajo de campo. Mediante encuestas bajo el modelo SERVQUAL que se hicieron a estudiantes. El estudio mostró que la calidad de servicio de la universidad es regular según la actitud de los estudiantes. Concluyendo, que existe diferencia entre el nivel de percepciones y el nivel de expectativas que tienen los clientes con respecto a la calidad del servicio.

Así mismo, en la investigación realizada por Barrientos (2018), se propuso determinar si la Calidad de atención tenía alguna relación con la satisfacción del usuario del servicio de farmacia. Dicho estudio presentó un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, y a nivel descriptivo correlacional. Aplicó una encuesta a su población conformada por 60 clientes. Concluyendo que con respecto a las variables de estudio calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio tienen una correlación muy alta, según los indicadores correspondientes ($p < 0.05$, Rho Spearman = 0.852). Con esto se establece que una mejora en la calidad de atención, debe mejorar la satisfacción de usuario.

Por otro lado, en el estudio elaborado por Sánchez (2019), se tuvo como finalidad, establecer la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente, estableciendo su investigación en: tipo aplicada, nivel explicativo, diseño no experimental, y enfoque mixto. Su población estuvo conformada por 490 clientes, de los cuales seleccionó una muestra de 240 clientes. Aplicó la técnica de la encuesta y consideró las siguientes dimensiones: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía, las expectativas, la percepción, las quejas. Los resultados obtenidos con respecto a la variable Calidad

de servicio, fue que el 58,3% de los clientes indican que la empresa utiliza los equipos necesarios, el 54,2% indicó que la empresa ofrece un servicio de forma fiable, el 47,1% manifestó que el personal está capacitado para reaccionar de forma rápida y resolver problemas, el 50% manifestó que a veces se preocupan por la inexistencia de peligros, el 27,1% mencionó que se preocupan en conocer al cliente. Con respecto a la variable Atención al cliente, el 58,3% mencionó que otras personas les recomendaron la empresa, el 58,3% mencionó que son atendidos con rapidez, el 58,3% mencionó que hay facilidad para expresar las quejas. El estudio concluye, que existe una correlación significativamente alta en relación al servicio con la atención al cliente en la empresa América Móvil, CAC Huancayo, 2018.

La investigación, realizada por Philco (2020), tuvo como principal objetivo mejorar el servicio al cliente en una empresa del sector construcción. El estudio se centró en tres aspectos que tienen que ver con el servicio de atención para reducir los reclamos, mejorar el tiempo de atención del servicio y mejorar la recuperación de pagos por reparaciones. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, descriptivo y explicativo. El diseño fue cuasi experimental, con una población conformada por los reclamos, atenciones y órdenes de servicios de dos años. Se aplicó un muestreo no probabilístico. La investigación concluyó que la implementación de un plan de mantenimiento redujo la cantidad de reclamos en un 39,80%, el tiempo de atención del servicio mejoró en un 17% y el incremento de recuperación de pagos por reparaciones en 18%. Con lo cual la investigación mejoró el servicio al cliente al implementar uno de los principios de la gestión de la calidad.

Tras revisar las bases teóricas que profundizan en la variable de estudio, mediante bibliografía especializada, se encontró que el servicio de atención para Murillo (2018; p.9), es un proceso mediante el cual se determina la conexión o relación con el cliente, al establecer diversas herramientas a su disposición para lograr satisfacer sus demandas o exigencias con respecto al producto o servicio ofrecido. Además, no cumplir con los clientes, es un factor que afecta la prestación de un servicio, generando una insatisfacción en el cliente. Para evitar estos impactos que perjudican a las empresas, es necesario evaluar los servicios que se ofrecen y según Cuatrecasas y Gonzales (2017, p.34), algunos criterios que pueden

ayudar son: Los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, el profesionalismo, la cortesía, la credibilidad, la seguridad, la accesibilidad, la comunicación y la comprensión del cliente. El análisis y valoración de estos criterios va a ser de mucha ayuda, para determinar los criterios que se necesita trabajar, para brindar un mejor servicio de atención al cliente.

Así mismo, para Murillo (2018, pp.66-68), la calidad del servicio de atención en las organizaciones para satisfacer las necesidades del cliente y la buena percepción, dependerá de la excelencia con la que el servicio se ofreció. Para alcanzar la excelencia se debe considerar algunas de las siguientes dimensiones: la primera es la tangibilidad, que considera si las instalaciones y medios físicos con los que se ofrece el servicio, tienen un estado aceptable y garantiza bienestar y seguridad; la segunda dimensión es la confiabilidad, la cual garantiza que el servicio está bien definido, es decir, se ofrece y se brinda el servicio tal y conforme está descrito; la tercera dimensión es la capacidad de respuesta, es decir, si los servicios se ofrecen oportuna y efectivamente, minimizando los riesgos y daños; la cuarta dimensión es la garantía, refiriéndose a la seguridad que se le da al cliente, sobre los servicios otorgados, transmitiendo conocimiento, cortesía y seguridad; por último, la quinta dimensión es la empatía, que tiene que ver con la manera como el personal de la organización realiza su trabajo y el trato respetuoso, amigable y de confianza que tiene con los clientes.

La Calidad como concepto ha ido evolucionando con el transcurrir del tiempo, profundizando y reforzando los objetivos, cambiando la orientación, habiendo evolucionado desde la comprobación de la calidad por medio de la inspección, ha controlar la calidad a través del control estadístico, continuando la verificación de la calidad generada y planeada mediante el control del proceso. Ahora está centrada en la calidad gestionada por medio de la Gestión de Calidad Total o del TQM. (Cuatrecasas y Gonzales, 2017 pp.15-16).

Para Cuatrecasas y Gonzáles (2017, p.20), otro momento importante en la historia de la calidad, es cuando se le agrega el concepto de la gestión, principalmente porque contribuye en todos los aspectos de la calidad con la planificación, diseño, mejoramiento de los productos y procesos. Todo esto en un marco de una

adecuada organización y una buena gestión del recurso humano. Esta nueva forma de entender la gestión de la calidad, se refiera a las necesidades de los clientes, no solo se debe resaltar las que se definieron en forma específica, sino que también se debe atender aquellas necesidades posibles.

La gestión de la calidad según Barrios, Burneo y Lizarzaburu (2018, p.79), es un sistema de gestión que busca atender las demandas de los clientes internos y externos, considerando todos los recursos necesarios en los diferentes procesos a través de la mejora continua. Para lograr esto, Carrera, Ligña, Moreno y Morales (2018, pp.12-14), establecen dimensiones de la gestión de la calidad, basado en los principios de la calidad según ISO 9001:2015.

La primera dimensión que establecen, se denomina enfoque al cliente, con lo cual el producto está orientado a cubrir las necesidades y solicitudes de los clientes, considerándolo parte importante de la empresa, ya que su inexistencia no le daría razón a la empresa. La segunda dimensión es el liderazgo; a través del cual la organización promueve entre los trabajadores el involucramiento y participación activa para el logro de los objetivos organizacionales. Como tercera dimensión se encuentra el compromiso con las personas, con lo cual, aun cuando se cumplan los principios anteriores, es necesario también la participación de todos los trabajadores de la organización, para lograr los objetivos de calidad; por lo tanto, su compromiso es también fundamental.

La cuarta dimensión es el enfoque basado en el proceso, mediante el cual, cualquier actividad por mínima que sea, se debe gestionar como un proceso, garantizando alcanzar los objetivos de manera eficiente. La quinta dimensión es la Mejora, que corresponde a determinar y seleccionar los puntos o aspectos que la organización debe mejorar e implementar para cumplir con los requerimientos de los clientes y mejorar su grado de satisfacción. Como sexta dimensión, se tiene a la toma de decisiones basadas en la evidencia, haciendo que la organización analice los datos y basado en estos, tome decisiones orientados a la producción de resultados deseados. En este punto es importante estar seguros de la precisión y confiabilidad de los datos y de la información recolectada.

Por otro lado, existen varias herramientas que pueden facilitar la aplicación de la gestión de la calidad, para mejorar el servicio de atención. Según López (2016, pp. 25-35), las herramientas de control de calidad, se utilizan cuando la información del problema requiere organizarse para posteriormente ser analizada. Entre ellas se encuentra: la hoja de control, que son formularios diseñados de acuerdo a los datos que se desean recopilar del proceso, actividad, etc. Es una herramienta con la cual se inicia un proceso de análisis de un problema. Así mismo, se encuentra los Gráficos de control, siendo expresiones gráficas que se emplean para el control y la mejora de los procesos, analizando el comportamiento de su variación en el tiempo. Además permite vigilar primero el comportamiento dentro de los límites de control, y luego la tendencia y su comportamiento.

Otra herramienta, es el diagrama causa-efecto, llamado también diagrama de Ishikawa; este permite a través de un gráfico en forma de espina de pescado, mostrar las causas primarias y secundarias, como ocasionan impactos sobre un problema general. Existen algunos modelos establecidos como las 4M's, 5M's o 6M's, que pueden utilizarse como referencia. Las "emes" hacen referencia a las categorías: mano de obra, materiales, máquinas, métodos, medio ambiente, medición. Los histogramas, son una herramienta que permiten observar la distribución de los datos. Es un gráfico de barras verticales, donde cada barra representa a un grupo de datos o a una categoría. El diagrama de Pareto, es un método con el cual se busca analizar y determinar las causas de mayor impacto o de mayor importancia. Esta herramienta se basa en el principio de Pareto, el cual sustenta que el 80% de los defectos se generan por el 20% de las causas. El diagrama de dispersión, es una herramienta que permite observar a través de su representación, la relación entre dos variables. La relación entre las dos variables se llama correlación.

La estratificación, es un procedimiento que clasifica y muestra de manera gráfica la disposición de datos agrupados por algunas características. Así mismo, el diagrama de afinidad, permite agrupar en categorías, muchas ideas que se relacionan entre sí; con esta metodología gran información que podría haber sobre un problema se agrupa en categorías para simplificar su análisis. Además, el diagrama de relaciones, se utiliza para relacionar las categorías o las ideas que analizan en la

etapa inicial del estudio. El diagrama de árbol, es una herramienta que expresa en forma gráfica los resultados posibles de ocurrencia; cada posibilidad se presenta como una rama, en consecuencia el gráfico tiene la forma de ramificación como la de un árbol.

Así mismo, el diagrama matriz, es otra forma de representar las relaciones entre ideas o categorías, pero en forma de tabla o matriz, colocando adecuadamente filas y columnas de acuerdo al análisis que se desee realizar. La matriz de priorización, consiste en ordenar una lista o tabla según algún criterio de importancia, para resaltar lo más importante o lo de mayor influencia o impacto. Los criterios que pueden ser utilizados en la priorización son el costo, los beneficios, el tiempo, etc. El diagrama de procesos de decisión, es una herramienta que busca proyectar situaciones que podría aparecer con la aplicación de la decisión seleccionada. En realidad, con esta herramienta se busca suavizar el impacto de las consecuencias de la implementación de la alternativa seleccionada, buscando prevenir los impactos negativos. Por último, esta los diagramas de flechas, que permiten a través de un diagrama y fechas ver el orden lógico de la planificación de un proyecto. Esta herramienta permite identificar las acciones críticas o de retraso de un proyecto.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El Tipo de estudio de esta indagación es aplicada, porque utiliza teorías, técnicas y herramientas de la presente investigación que fueron llevadas a la realidad y así resolver la realidad problemática de la organización de estudio, al mismo tiempo es experimental, porque manipula intencionalmente las variables de estudio (Baena, 2014, pp.11-14), el diseño de investigación es pre-experimental, porque existe una problemática que se debe dar solución y una hipótesis para contrastar, así mismo servirá para comparar con estudios ya realizados de un antes y después para verificar los resultados proyectados (Chávez y Huangal, 2019, p.49)

Representación:

G O1 X O2

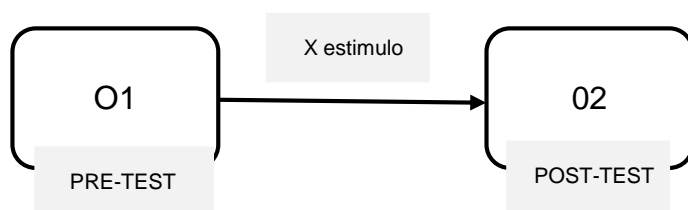


Figura 1: Esquema del Diseño de investigación

Fuente: Elaborado por los investigadores

Dónde:

G: Centro Recreacional

O1: Calidad de atención al cliente antes de la Aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad

X: Estimulo – Aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad

O2: Calidad de atención al cliente después de la Aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad

3.2. Variables y operacionalización

Para Navarro, Jiménez, Rappoport y Thoilliez (2017, pp.225-226), una variable es una propiedad del objeto en estudio, que puede tomar diversos valores. Las variables pueden ser: independientes, dependientes e intervinientes. Es

independiente si actúa como estímulo para generar cambios, es dependiente si manifiesta cambios debido a la variable independiente, y es interviniente si actúa sobre variable dependiente sin generar cambios en él.

En el presente estudio, la variable dependiente fue el servicio de atención, que se debe mejorar con la intervención de la variable independiente definida como la gestión de la calidad. Se esperó que la gestión de la calidad influya en el mejoramiento del servicio de atención. Las relaciones entre las variables, sus definiciones conceptuales y operacionales, dimensiones, indicador y escala de medición; se muestran en la tabla 5 de operacionalización de variables del anexo 2.

3.3. Población, muestra, muestreo

Para Hernández, Méndez, Mendoza y Cuevas (2017, pp.128-129), la población o el universo son un conjunto de elementos con las mismas características. Por otro lado, la muestra es una fracción de la población, que se toma para estudiarla; de la cual se recolecta información pertinente y representativa. El muestreo es la extracción de los participantes pertenecientes a la población.

3.3.1. Población

La población del estudio estuvo constituida por todos los clientes que utilizaron el servicio de atención al cliente del centro recreacional, además se considera a todos los trabajadores de la organización. De acuerdo con Salazar y Del Castillo (2018), la población estuvo compuesta por todos los elementos que cumplan con los siguientes criterios:

Criterios de inclusión

- a. Personas mayores de 18 años
- b. Ambos sexos
- c. Personas que acepten participar del estudio.
- d. Personas de cualquier ciudad que haya visitado el centro recreacional.

Criterios de exclusión

- a. Personas mayores de 65 años
- b. Personas que no deseen participar
- c. Personas que no hayan ido recientemente al centro recreacional.

3.3.2. Muestra

La muestra estuvo constituida por 97 clientes. y 17 trabajadores del centro recreacional, que realizan actividades del área de operaciones que tienen contacto con los clientes.

3.3.3. Muestreo

El muestreo que se empleó fue no probabilístico por conveniencia, según Hernández y Mendoza (2018) señalaron que este tipo de muestreo se caracteriza por que el investigador selecciona a la muestra siguiendo ciertos criterios para los fines que desea realizar.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos según Cabezas, Andrade y Torres (2018, pp.110-130), es un proceso mediante el cual, el investigador reúne o recopila información técnica en el contexto científico, examinando documentos y trasladándolos a registros. La observación directa de los hechos que demuestran o evidencian el propósito de la investigación, es decir, que a través de las entrevistas o encuestas, preparadas con anticipación se obtiene información sobre el estudio.

La investigación, ha utilizado las técnicas de entrevista, encuesta, análisis documental y observación, con los instrumentos correspondientes y como se detalla en la tabla 1 y se pueden encontrar en anexo 6, todos los instrumentos empleados.

Tabla 1: Técnicas e instrumentos de recolección de de datos

Variable	Técnica	Instrumento	Fuente
V.I. Gestión de la Calidad	Entrevista	Cuestionario	Funcionarios de la Empresa
	Encuesta	Cuestionario	Trabajadores de la Empresa, Clientes
	Análisis Documentario	Lista de cotejo Formularios	Documentos físicos y digitales
	Observación	Lista de cotejo	Trabajadores, Infraestructura,
V.D. Servicio de Atención	Entrevista	Cuestionario	Funcionarios de la Empresa
	Encuesta	Cuestionario	Trabajadores de la Empresa, Clientes
	Análisis Documentario	Lista de cotejo Formularios	Documentos físicos y digitales
	Observación	Lista de cotejo	Trabajadores, Infraestructura,

Fuente: Elaborado por los investigadores

3.5. Procedimientos

Los datos se recopilaban de acuerdo al desarrollo de la investigación, es decir, de acuerdo al logro de los objetivos específicos. La figura 2 siguiente, se evidencia las actividades que se realizaron, en base a cada objetivo específico.

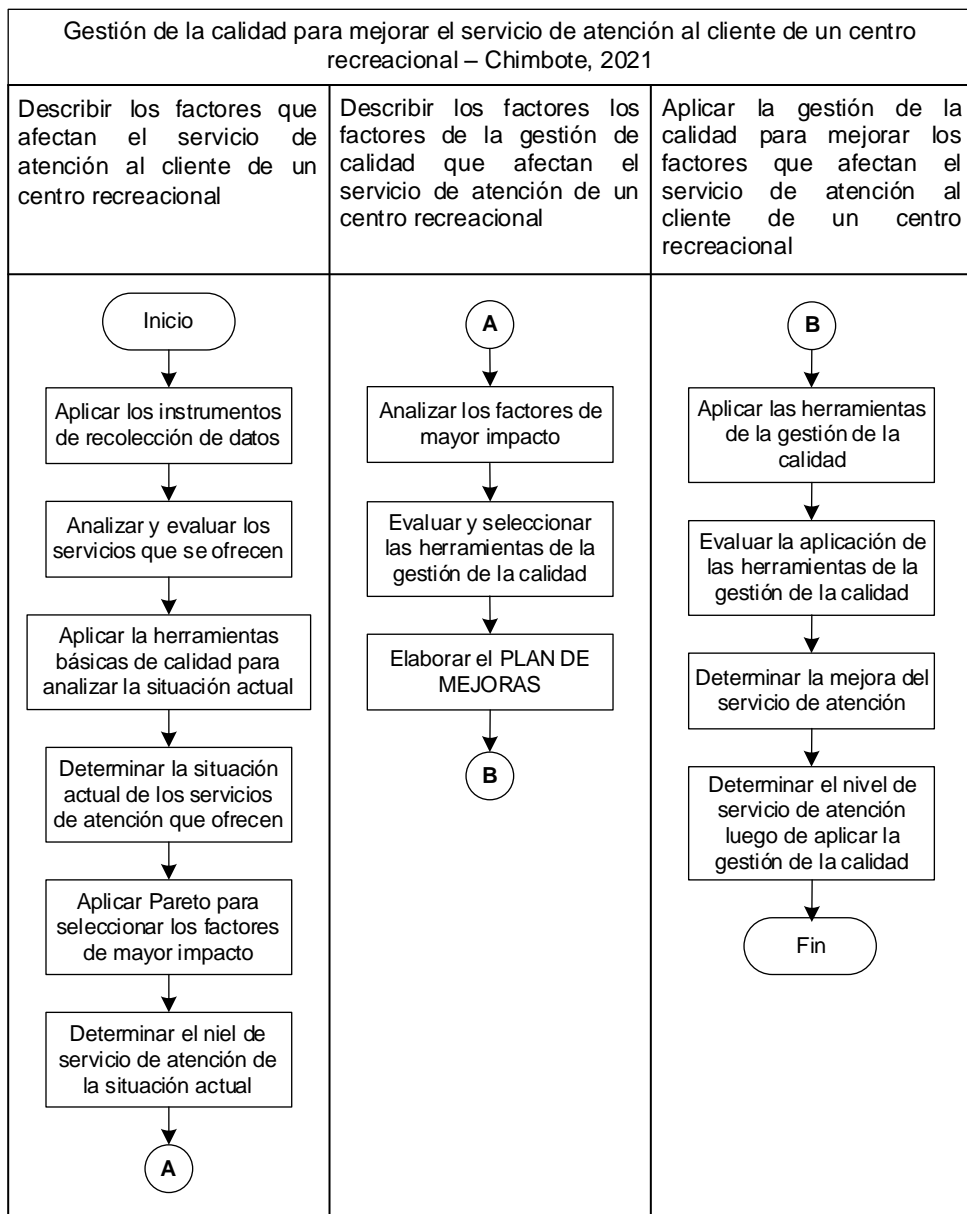


Figura 2: Procedimientos de la investigación

Fuente: Elaborado por los investigadores

3.6. Método de análisis de datos

Se aplicaron técnicas de análisis de datos a través de los instrumentos que se indica en la tabla 2, además se pueden encontrar en el anexo 6, todos los instrumentos empleados.

Tabla 2: *Técnicas de análisis de datos*

Objetivos Específicos	Técnica de Procesamiento	Instrumento	Resultados
Describir los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.	Entrevista	Cuestionario	- Factores de mayor impacto - Nivel de servicio de atención
	Encuesta	Cuestionario	
	Análisis documental	Lista de cotejo	
	Observación	Lista de cotejo	
	Estadística descriptiva	Cuestionario	
Determinar las herramientas de la gestión de la calidad para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.	Análisis documental	Lista de cotejo	- Plan de Mejoras
	Observación	Lista de cotejo	
Aplicar la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.	Encuesta	Cuestionario	- Cumplimiento del plan de mejoras - Nivel de servicio de atención
	Análisis documental	Lista de cotejo	
	Observación	Lista de cotejo	
	Estadística inferencial	Prueba de Normalidad	

Fuente: Elaborado por los investigadores

Con la ayuda del Software SPSS y del software MS EXCEL, los datos se tabularon y luego se procesaron para determinar los estadísticos que corresponden a la investigación. Se utilizó la estadística descriptiva, para comprender el servicio de atención y poder establecer las herramientas de la gestión de la calidad para ayudar a resolver el problema. Los resultados siguieron los procesos de la inferencia estadística, para una confiabilidad de los resultados del 95%.

3.7. Aspectos éticos

Considerando los aspectos éticos según la resolución 0262-2020/UCV, que detalla el Código de Ética de la Universidad, la investigación se desarrolló de acuerdo con el artículo 3 cumpliendo de esta manera con precisar que la información y los resultados que se obtuvieron fueron con *autenticidad*. Del mismo modo las ideas, los análisis, comentarios y reflexiones fueron consecuencia del principio de *libertad* cuidando que estos puedan afectar a terceros. Además, se buscó que los resultados de la investigación con la aplicación de las herramientas seguirán el principio de *beneficencia* buscando favorecer a la organización y a las personas que accedan al informe final. En cuanto al principio de *justicia*, también se resaltó el código de ética de la Universidad, el estudio se desarrolló contemplando los aspectos de cultura, ideológico, político, social y económico, así como la diversidad de conceptos. Finalmente, se aplicó el software turnitin, comprobándose la originalidad de lo expresado en el informe final, cumplimiento de esta manera con el artículo 9, de la política anti plagio.

4. RESULTADOS

OBJETIVO N°1: Describir los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

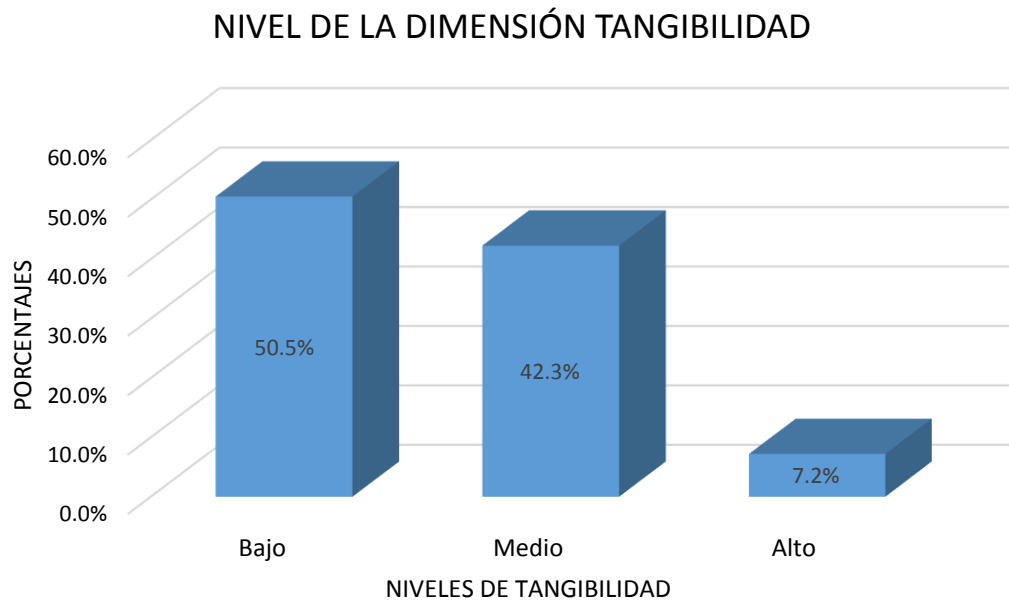


Figura 3: Nivel de la Dimensión tangibilidad
Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 3, se evidencia que la tangibilidad de los clientes, hace referencia que las condiciones de las instalaciones son bajas con un 50,5%, por tanto, hay algunos factores que afectan el servicio de atención, y requieren ser mejorados.

Tabla 3: *Respuestas dimensión tangibilidad*

Nro.	Pregunta	Si	No
1	¿Las instalaciones de los diferentes servicios son seguros?	61,90%	38,10%
2	¿Las instalaciones de los diferentes servicios están en buen estado?	60,80%	39,20%
3	¿En el centro recreacional hay suficientes carteles informativos y de señalización?	45,40%	54,60%
4	¿Los carteles del centro recreacional están en buen estado?	44,30%	55,70%
5	¿Los servicios higiénicos, son limpios?	45,40%	54,60%
6	¿Los servicios higiénicos, están en buen estado?	64,90%	35,10%
7	¿Existen bancas y sillas cómodas y en buen estado para el descanso de los clientes?	49,50%	50,50%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 3, se demuestra que los factores que determinan el nivel medio de esta dimensión corresponden principalmente a los carteles informativos y de señalización donde el 54,60% y el 55,70% consideran que no son suficientes y que no están en buen estado, respectivamente. Del mismo modo, los clientes señalan que los servicios higiénicos no están en buen estado un 54,60%, y que las bancas y sillas no son cómodas y no están en buen estado en un 50,50%.

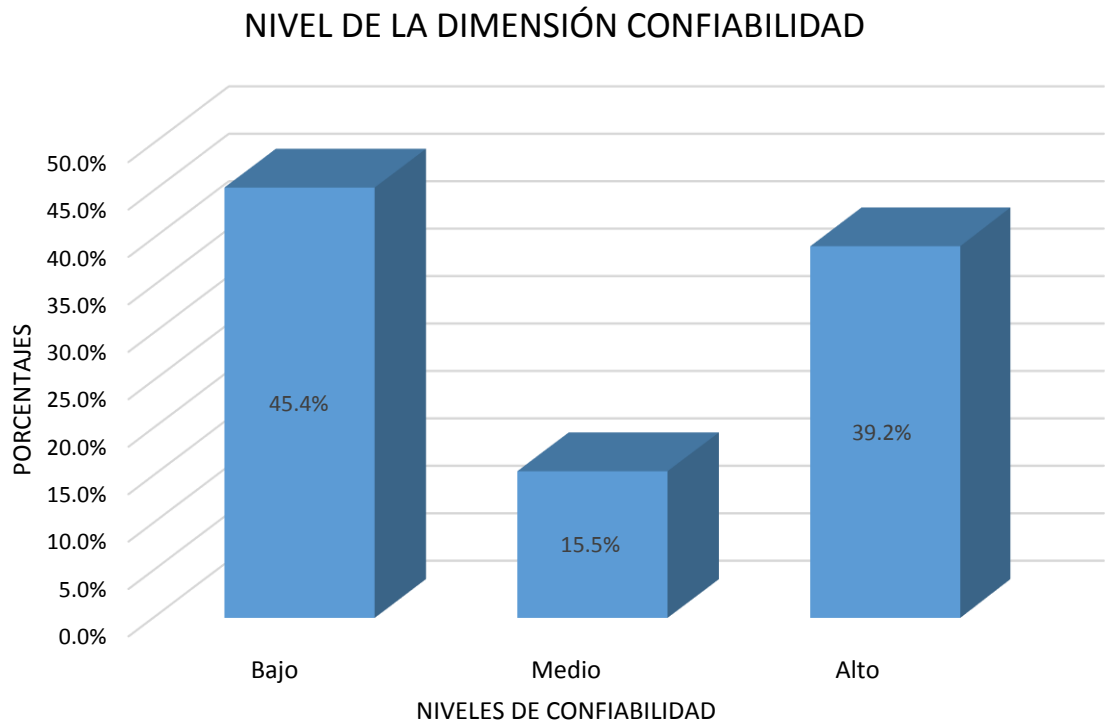


Figura 4: Nivel de la Dimensión confiabilidad

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 4, muestra que el nivel es bajo con 45,4%, con lo cual los clientes consideraron que los servicios de atención no son exactos.

Tabla 4: *Respuestas dimensión confiabilidad*

Nro.	Pregunta	Si	No
8	¿La atención de los servicios es correcta, es decir, sin errores?	54,60%	45,40%
9	¿La atención de los servicios, respeta el orden o turno correspondiente?	63,90%	36,10%
10	¿En la atención de los servicios hay discriminación?	60,80%	39,20%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 4, se detalló las respuestas de los clientes y aun cuando las respuestas tienen un porcentaje favorable, estos se deben mejorar, como es el caso de la atención de los servicios que se realizan con errores en un 45,4%, lo cual generó malestar en los clientes. Los factores de esta dimensión se pueden mejorar con charlas y capacitación a los trabajadores de la empresa para mejorar el servicio de atención con respecto a esta dimensión.

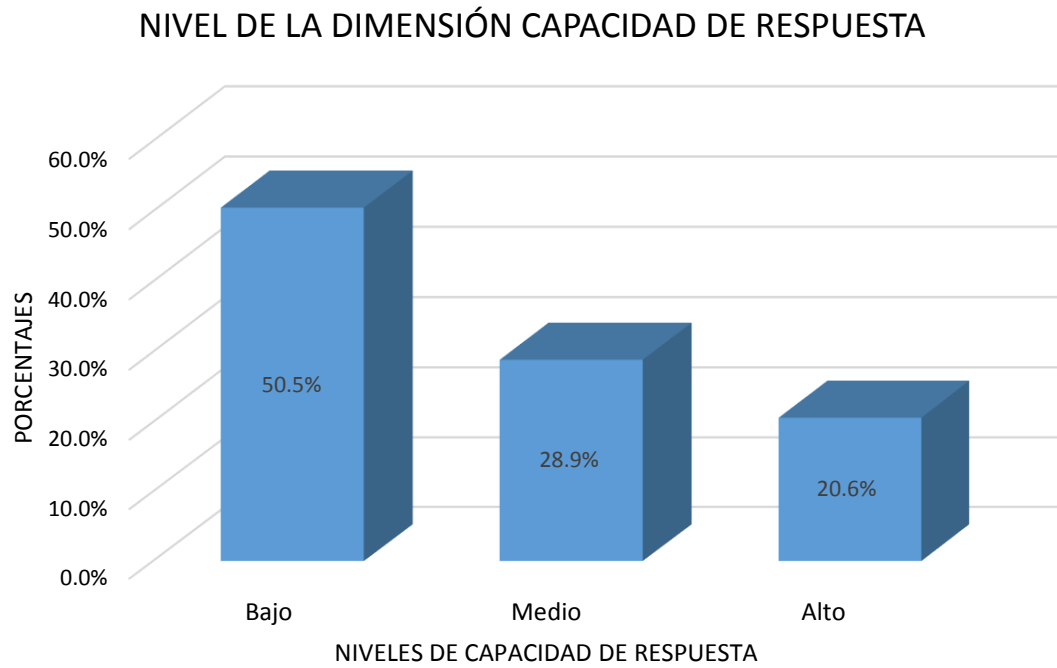


Figura 5: Nivel de la Dimensión capacidad de respuesta

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 5, se refleja que la dimensión capacidad de respuesta, se encuentra en un nivel bajo con un 50,50%, lo cual identificó que los servicios que se brindaban no eran puntuales e inmediatos.

Tabla 5: *Respuestas dimensión capacidad de respuesta*

Nro.	Pregunta	Si	No
11	¿La atención de los servicios es rápida?	39,20%	60,80%
12	¿Los problemas que se presentan en los servicios de atención, se resuelven inmediatamente?	42,30%	57,70%
13	¿El personal del centro recreativo está todo el tiempo en su puesto de trabajo para atender los servicios?	66,00%	34,00%

Fuente: Elaborado por los investigadores

Con respecto a esta dimensión, la tabla 5 indicó que el 60,80% de la muestra se encuentra inconforme.

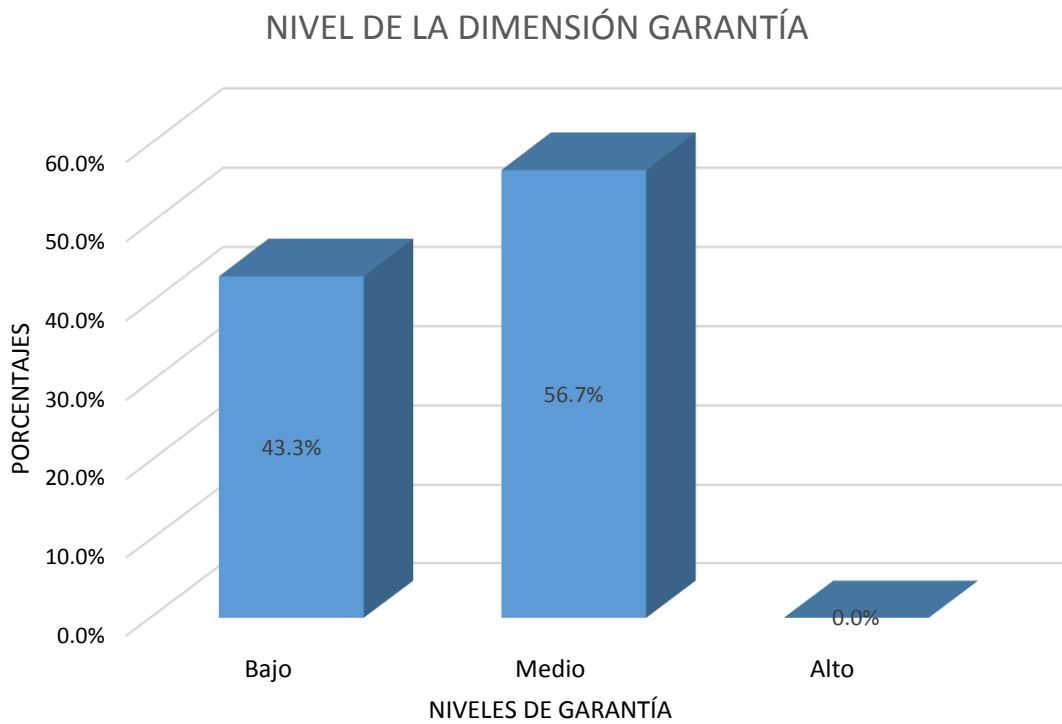


Figura 6: Nivel de la Dimensión garantía

Fuente: Elaborado por los investigadores

La dimensión garantía está en un nivel medio con 56,7%, haciendo referencia a que los clientes consideran que los trabajadores son corteses y tienen un cierto conocimiento de los servicios que ofrecen.

Tabla 6: *Respuestas dimensión Garantía*

Nro.	Pregunta	Si	No
14	¿El personal del centro recreativo que lo atendió, le inspiró confianza?	74,20%	25,80%
15	¿El personal del centro recreativo que lo atendió demostró conocimiento de los servicios que se ofrecen?	72,20%	27,80%

Fuente: Elaborado por los investigadores

La tabla 6 muestra que, para los clientes, en un 74,20% consideran que los trabajadores inspiran confianza y en un 72,20% considera que los trabajadores demostraron conocimiento de los servicios cuando fueron atendidos.

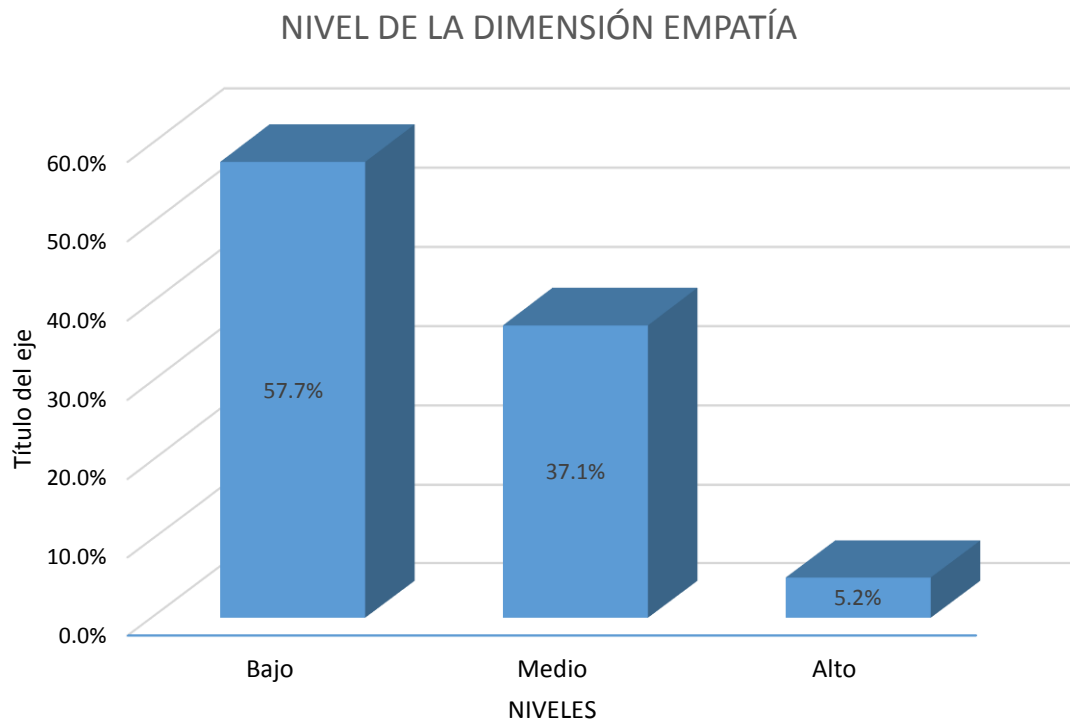


Figura 7: Nivel de la Dimensión empatía

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 7, se evidencia que los clientes perciben a trabajadores pocos empáticos, ya que en la dimensión empatía se ha obtenido un nivel es bajo que se representa con el 57,7%.

Tabla 7: *Respuestas dimensión Empatía*

Nro.	Pregunta	Si	No
16	¿El personal del centro recreativo lo atendió con amabilidad y respeto?	42,30%	57,70%
17	¿El personal del centro recreativo lo orientó y atendió sus solicitudes con precisión?	46,40%	53,60%
18	¿El personal del centro recreativo es tolerante?	43,30%	56,70%

Fuente: Elaborado por los investigadores

La tabla 7, nos muestra que los trabajadores atienden a los clientes con amabilidad y respeto en un 42,30%, así mismo, los orientan y atienden los pedidos con precisión en un 46,40% y son tolerantes en un 43,30%. Sin embargo, con respecto a la empatía, necesitan ser mejorados, para ofrecer un servicio de atención satisfactorio.

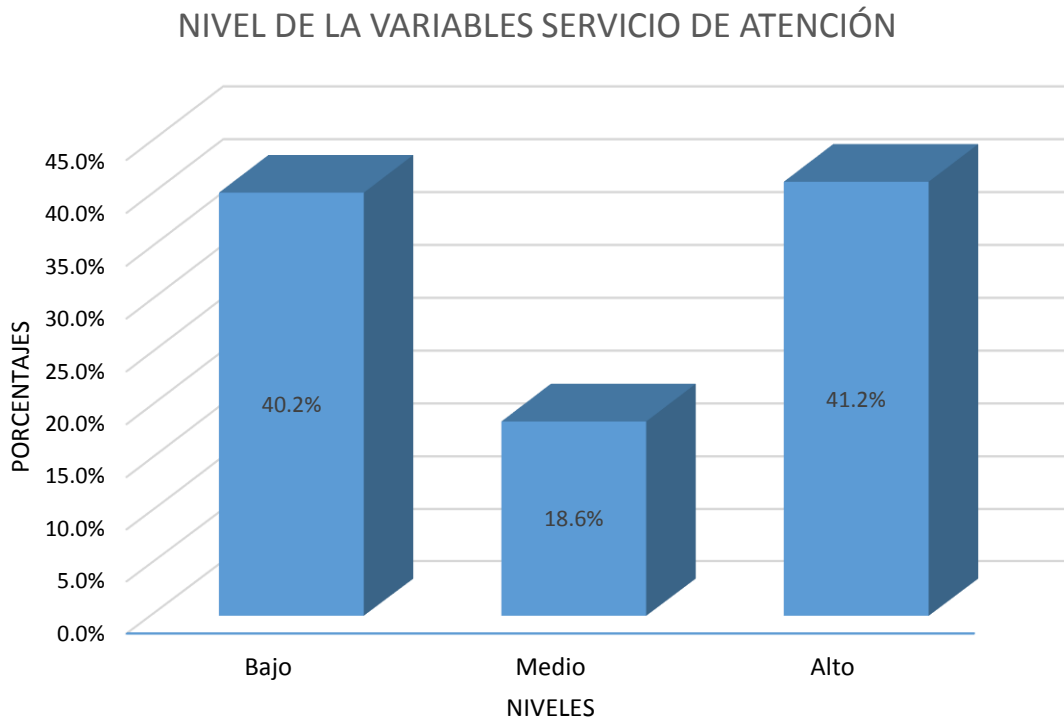


Figura 8: Nivel de la Variable Servicio de atención

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 8, se muestran las opiniones de los clientes, los cuales están divididas entre el nivel alto y bajo con respecto al servicio de atención.

Tabla 8: Niveles de las dimensiones del servicio de atención

Dimensiones	Nivel
Tangibilidad	Bajo
Confiabilidad	Bajo
Capacidad de Respuesta	Bajo
Garantía	Medio
Empatía	Bajo

Fuente: Elaborado por los investigadores

Con los resultados anteriores, se resume en la tabla 8, los niveles del servicio de atención con respecto a cada dimensión.

Tomando en cuenta el cuestionario de la encuesta, los factores que se deben mejorar en cada dimensión, son los siguientes:

Tangibilidad

Instalar más carteles informativos y de señalización (seguridad)

Reparar carteles informativos y de señalización (seguridad), que están en mal estado

Mejorar la limpieza de los servicios higiénicos

Reparar bancas y sillas que descansen cómodamente los clientes.

Confiabilidad

Los trabajadores deben tener mejor disposición con los servicios que prestan, para que no cometan errores

Los trabajadores deben atender a todos los clientes sin distinciones.

Capacidad de respuesta

Los trabajadores deben permanecer siempre en su puesto de trabajo y atender cualquier solicitud de forma rápida e inmediata.

Garantía

Los trabajadores de mantener su buen ánimo para seguir inspirando confianza a los clientes

Empatía

Los trabajadores deben atender a los clientes con amabilidad y respeto

Los trabajadores deben conocer mejor los procesos que los servicios que se ofrecen para orientar debidamente a los clientes

Los trabajadores deben mejorar su capacidad de tolerancia.

OBJETIVO N°2: Describir los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención de un centro recreacional

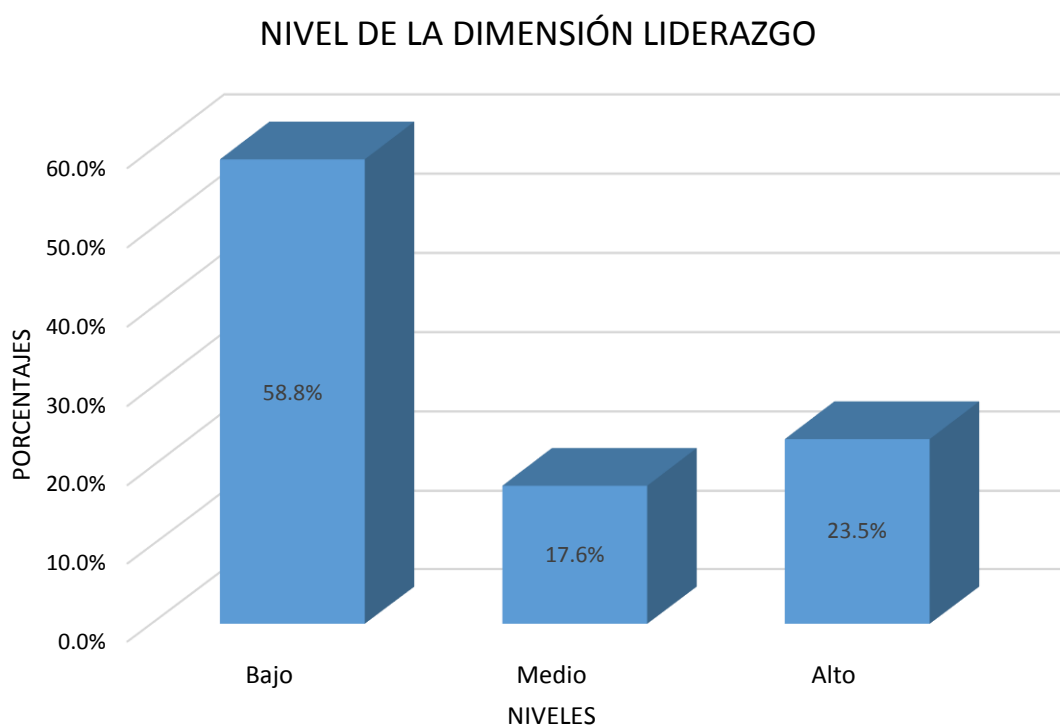


Figura 9: Nivel de la Dimensión Liderazgo

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 9, se muestra que los clientes internos o trabajadores de la empresa, consideran en un 58,8% que el liderazgo de los jefes es bajo.

Tabla 9: Respuestas de la Dimensión Liderazgo

Nro.	Pregunta	Si	No
1	¿Considera que su líder o jefe inmediato, tiene conocimientos profesionales y técnicos adecuados para indicarle a usted lo que debe hacer?	52,94%	47,10%
2	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, tiene experiencia profesional suficiente como para indicarle a usted lo que tiene que hacer?	58,82%	41,20%
3	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, maneja adecuadamente estrategias que lo orientan a usted en el desarrollo de sus actividades?	41,18%	58,80%
4	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, lo motiva en el desarrollo de sus actividades o labores?	35,29%	64,70%
5	¿Considera que el centro recreacional, proporciona algún tipo de incentivo para que ustedes realicen mejor su trabajo?	35,29%	64,70%
6	¿Usted mismo se da motivaciones para desarrollar sus actividades de la mejor forma?	35,29%	64,70%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 9, se evidencia que el 52,94% de los trabajadores considera que su jefe inmediato cuenta con los conocimientos suficientes para orientarlos en sus trabajos, el 58,82% de los trabajadores dice que su jefe inmediato tiene experiencia para orientarlos en sus trabajos. Sin embargo, un 58,82% indica que su jefe inmediato no maneja estrategias orientadoras para que realicen bien su trabajo. Finalmente, el 64,71% de los trabajadores consideran que su jefe inmediato no los motiva en el desarrollo de sus tareas. De acuerdo con los resultados, se puede percibir que el líder o jefe inmediato, debe mejorar la comunicación con los trabajadores, para mejorar la opinión acerca de ellos, en cuanto a sus conocimientos y experiencias.

NIVEL DE LA DIMENSIÓN COMPROMISO DE LOS TRABAJADORES

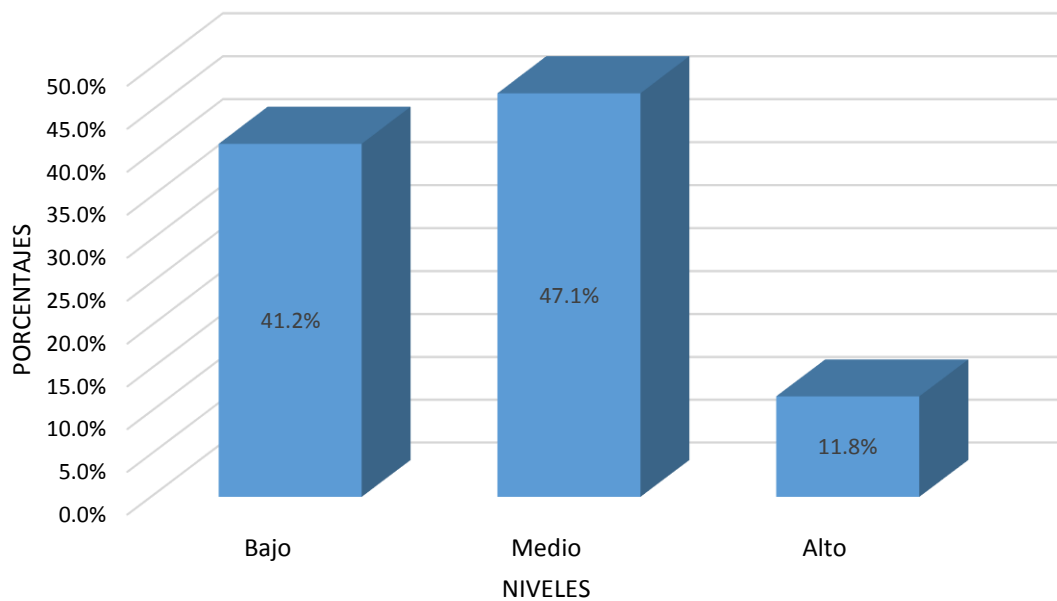


Figura 10: Nivel de la Dimensión Compromiso de los trabajadores

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 10, se muestra que los trabajadores opinan que su compromiso con la empresa es de nivel medio y bajo respectivamente con 47,1% y 41,2%, resaltando como factores que motivan esto, problemas de clima laboral, condiciones inadecuadas para realizar su trabajo.

Tabla 10: *Respuestas de la Dimensión Compromiso de los trabajadores*

Nro.	Pregunta	Si	No
7	¿Considera usted que el logro de los objetivos de sus tareas, guarda relación con el esfuerzo que usted realiza?	64,71%	35,50%
8	¿La organización le brinda a usted todos los recursos que necesita para realizar sus actividades para que pueda cumplir con sus objetivos?	52,94%	47,10%
9	¿La organización le ofrece un clima laboral adecuado donde usted puede desarrollar sus actividades sin dificultades?	35,29%	64,70%
10	¿Usted siente algún tipo de identidad o se siente identificado con la organización?	70,59%	29,40%
11	¿El centro recreacional, le permite capacitarse o le brinda capacitaciones para que usted realice mejor su trabajo?	58,82%	41,20%
12	¿Conoce usted de las condiciones y de los requerimientos del trabajo que realiza?	47,06%	52,90%
13	¿Considera que los servicios que recibe de parte del centro recreacional, le ayudan a desarrollar bien su trabajo y cumplir con sus objetivos?	41,18%	58,80%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 10, se detalla algunos factores que no están funcionando bien y que están generando un nivel bajo de compromiso con la empresa. Los trabajadores opinan en un 64,70% de dificultades se encuentra en el clima laboral, en un 52,90% consideran que no se les está brindando los recursos que necesitan para realizar bien sus actividades.

NIVEL DE LA DIMENSIÓN GESTIÓN BASADA EN PROCESOS

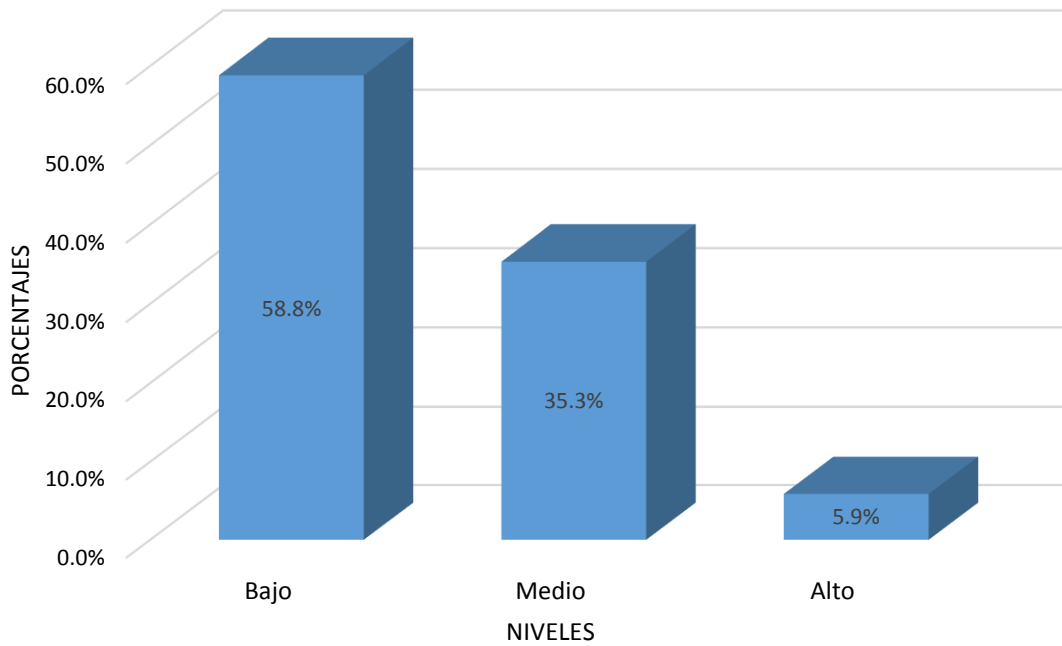


Figura 11: Nivel de la Dimensión gestión basado en procesos

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 11, se muestra que el nivel de la dimensión gestión basada en procesos es baja en un 58,8%.

Tabla 11: *Respuestas de la Dimensión Gestión basada en procesos*

Nro.	Pregunta	Si	No
14	¿Conoce usted cuales son los estándares de calidad de los procesos que se realizan en su área?	35,29%	64,71%
15	¿Considera usted que el diseño de los procesos es adecuado para ofrecer un buen servicio y satisfaga a los clientes?	47,06%	52,94%
16	¿Existe, algún tipo de control de los procesos que realiza, que garanticen los resultados?	35,29%	64,71%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 11, donde las opiniones de los trabajadores no son favorables, pues, el 54,71% afirma que no conocen los estándares de calidad de los procesos, el 52,94% indica que el diseño de los procesos no es adecuado para dar un buen servicio, y el 64,71% dicen que no hay control de los procesos que se realizan.

NIVEL DE LA DIMENSIÓN ORIENTACIÓN AL CLIENTE

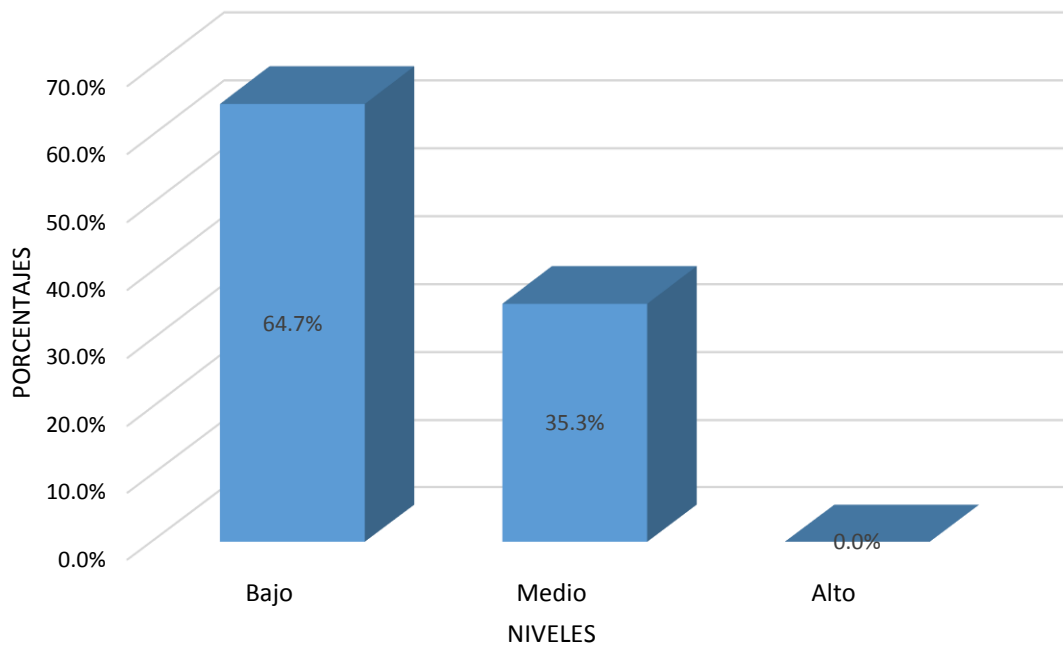


Figura 12: Nivel de la Dimensión orientación al cliente

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 12, se evidencia que el nivel es bajo con un 64,7% de respuestas que lo confirman.

Tabla 12: *Respuestas de la Dimensión Orientación al cliente*

Nro.	Pregunta	Si	No
17	¿Los procesos que realiza, se analizan periódicamente, para buscar cómo mejorarlos?	41,18%	58,82%
18	¿Considera que el servicio que usted brinda es apreciado por su líder o jefe inmediato?	23,53%	76,47%
19	¿Se realizan mediciones sobre el nivel del servicio de atención, respecto al trabajo que usted realizó?	58,82%	41,18%
20	¿Se analizan los resultados del nivel del servicio de atención de su área?	52,94%	47,06%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 12, se demuestra que los trabajadores consideran en un 58,82% que los procesos no se revisan periódicamente para ser mejorados, el 76,47% considera que su trabajo no es apreciado por su jefe inmediato, mientras que el 58,82% y el 52,94% indican que, si se realizan mediciones del nivel de servicio de atención con respecto al trabajo que realizan y con respecto a su área de trabajo, respectivamente.

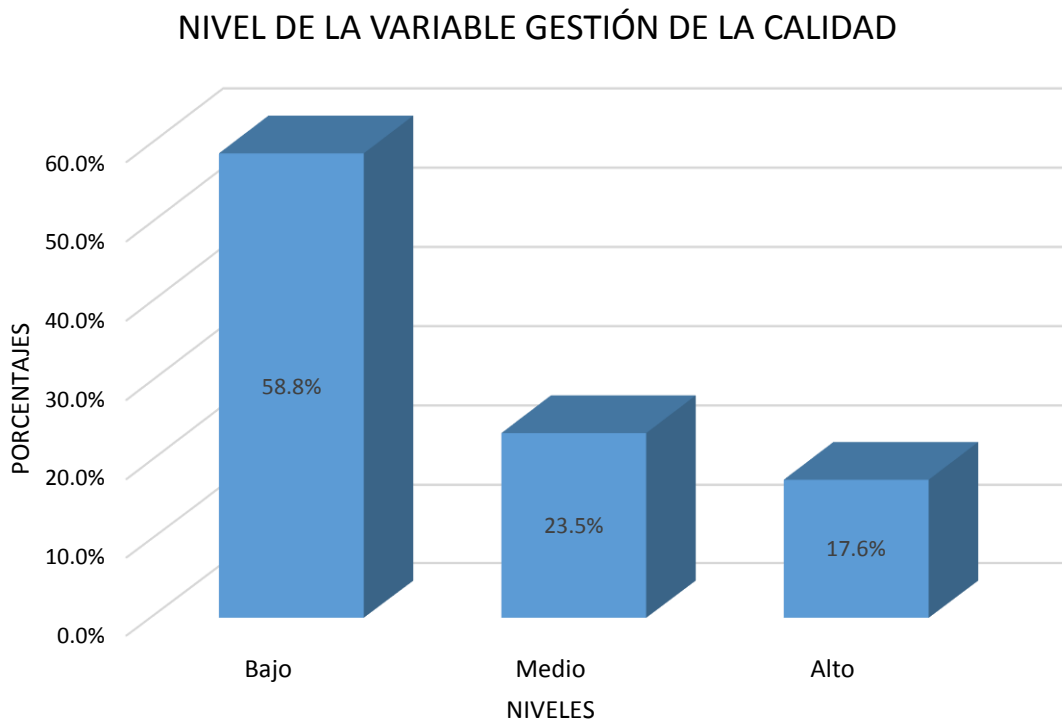


Figura 13: Nivel de la Variable Gestión de la Calidad
Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 13, se muestra que el 59,00% pertenece a aspectos negativos o no deseables.

Tabla 13: Niveles de las dimensiones del servicio de atención

Dimensiones	Nivel
Liderazgo	Bajo
Compromiso de los trabajadores	Medio-Bajo
Gestión basada en procesos	Bajo
Orientación al cliente	Bajo

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 13, se evidencia que el compromiso de los trabajadores, es la única dimensión que consta de un nivel medio bajo, reflejando que todas las demás dimensiones se tienen que mejorar con urgencia.

Liderazgo

- Desarrollar un taller de coaching para los jefes

- Desarrollar un taller de coaching para los empleados

Compromiso con los trabajadores

- Realizar una evaluación de puestos de trabajo

- Elaborar el manual de procedimientos del centro recreacional

Gestión basada en procesos

- Implementar un sistema de gestión de la calidad

Orientación al cliente

- Capacitar a los empleados en habilidades blandas.

- Socializar y capacitar sobre el manual de procedimientos

Con respecto al análisis documental, la lista de cotejo aplicada, ha permitido determinar que la empresa no tiene documentado los procesos de los servicios que ofrecen, tampoco cuenta con un registro de las incidencias de los equipos y máquinas con los que ofrecen los servicios. Otros registros como el de las ventas, los trabajos de mantenimiento, incidencias de los trabajadores, incidencias de los servicios ofrecidos, etc., si se realizan, pero lo hacen después de algún tiempo, con lo cual hay algunos incidentes que no se registran por olvido, con lo cual se puede decir, que los registros están desactualizados.

El análisis de la información de la encuesta de los clientes, oriento la necesidad de

obtener otras evidencias que demuestren el impacto de las respuestas registradas, por ejemplo evidenciar si las inconformidades estaban impactando en la decisión de los clientes en continuar concurriendo al centro recreacional; si estas inconformidades estaban generando algún tipo de registro como quejas o reclamos, etc. De esta forma, se aplicaron algunos formularios para recopilar información de las ventas (entradas al centro recreacional), del inventario o lista de los servicios que ofrece el centro recreacional, el registro de reclamos de los clientes externos, una lista de verificación a cerca del estado de los servicios higiénicos, un registro de los requerimientos de carteles informativos y de señalización, que explicaran de forma más objetiva la situación actual de los servicios que se ofrecía el centro recreacional.

Para el caso de las ventas de las entradas al centro recreacional; se revisaron los reportes de ventas de siete semanas del año 2019 (mayo y junio). Se tomó como referencia el año 2019 debido a que las ventas tuvieron un comportamiento normal con respecto a los años 2020 y parte del 2021 estuvo cerrado, por problemas de la pandemia, y para los últimos meses del año 2021 la concurrencia era muy baja y por tanto no representativa.

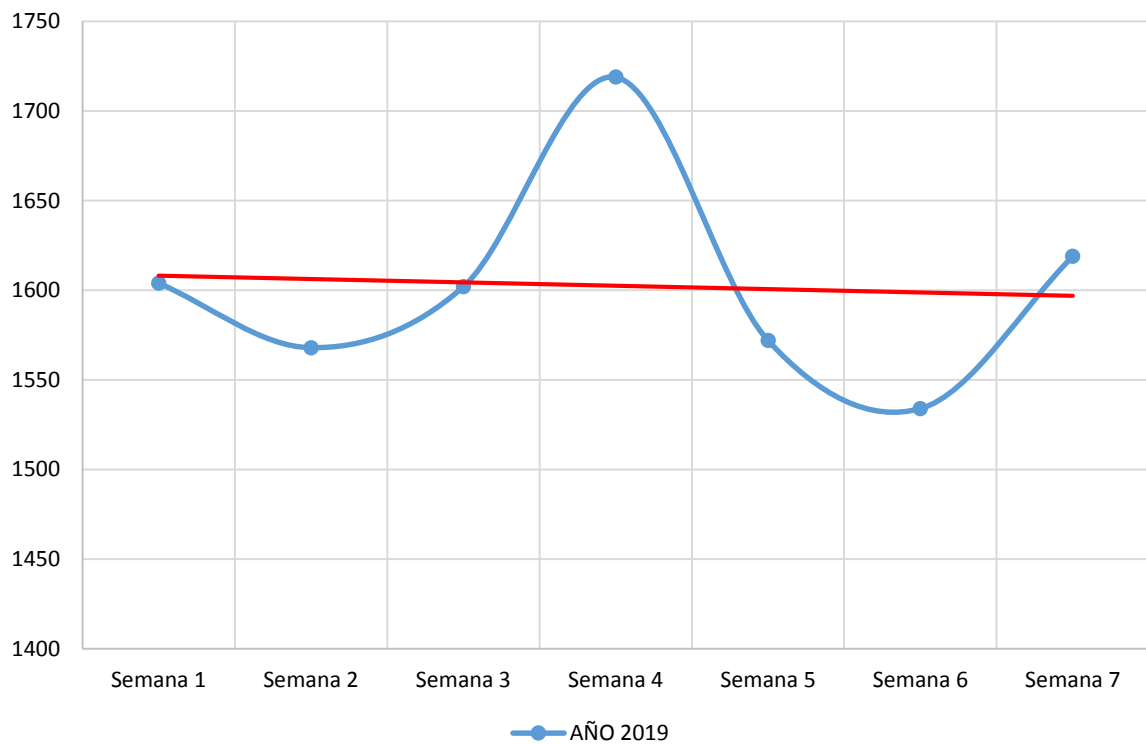


Figura 14: Venta de entradas de mayo – junio de 2019

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 14, se evidencia la elaboración de la lista de los servicios que se ofrecen, además se precisa si los servicios son tercerizados o se administraban directamente.

Tabla 14: *Lista de servicios que se ofrecen*

Recreación	Precio (S/)	Propio	Tercerizado
Piscina	3,00	x	
Trencito	3,00	x	
Asnódromo	3,00	x	
Cuatrimotos	5,00		x
Laguna y Botes	3,00	x	
Juegos mecánicos			x
Aventura Forestal	4,00	x	
Fuentes de soda			x
Laguna temática			x
Rotonda	Libre	x	
Juegos Infantiles	Libre	x	
Servicios Higiénicos	1,00		x
Estacionamiento	2,00	x	
Mini granja	4,00	x	
Tirolina	4,00	x	
Concha Acústica	Libre	x	

Fuente: Elaborado por los investigadores

La tabla 14, detalla los servicios que ofrece el centro recreacional. Lo cual se elaboró con el apoyo del administrador del centro recreacional, se elaboró la lista de los servicios que se ofrecen, donde, además se precisa si los servicios son tercerizados o se administraban directamente.

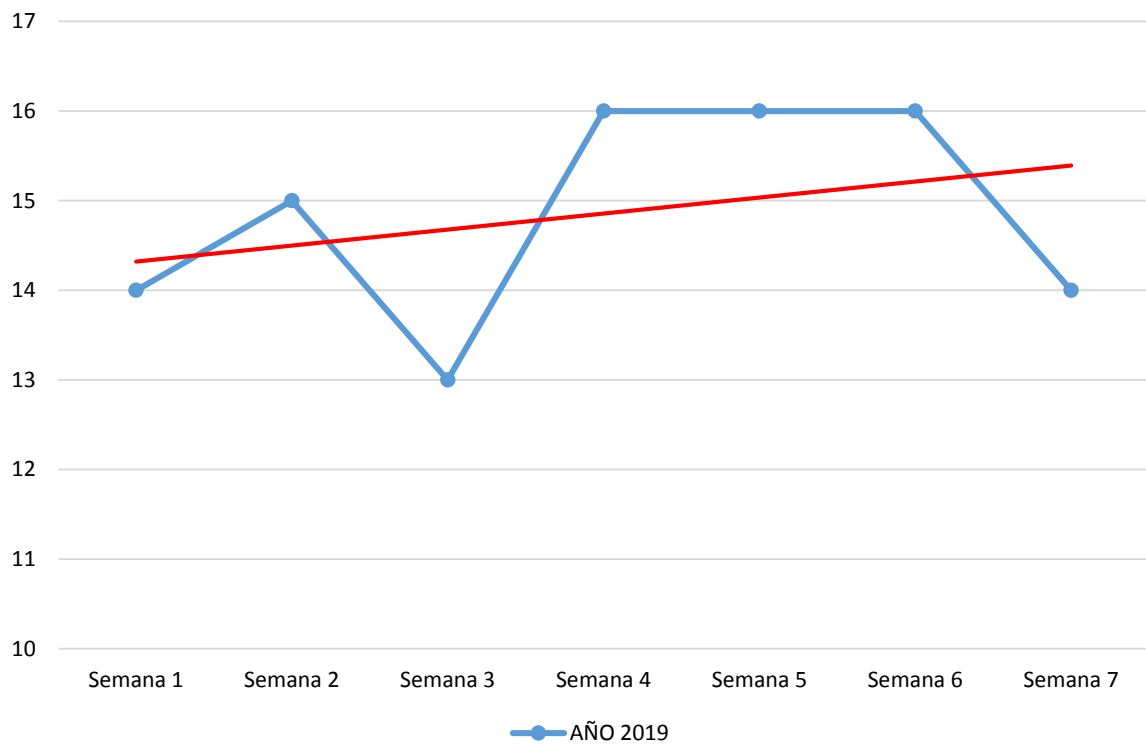


Figura 15: Reclamos registrados de mayo – junio de 2019

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 15, se demuestra que los clientes que no estaban de acuerdo con algunos de los servicios recibidos, han presentado una queja en la vigilancia o han registrado su reclamo en el libro de reclamaciones. Los reclamos que se han considerado para el estudio, corresponden a las mismas fechas en las que se ha analizado las ventas de entradas. Los reclamos se muestran el anexo 9.

Tabla 15: *Lista de servicios que se ofrecen*

Recreación	Señales Informativas	Señales de Seguridad	Puntos de Señalización	Con Señalización	Sin Señalización
Piscina	7	8	15	12	3
Trencito	5	5	10	6	4
Asnódromo	4	3	7	5	2
Cuatrimotos	6	8	14	11	3
Laguna y Botes	6	5	11	9	2
Juegos mecánicos	30	30	60	47	13
Aventura Forestal	4	9	13	9	4
Fuentes de soda	35	28	63	42	21
Laguna temática	5	5	10	6	4
Rotonda	7	8	15	10	5
Juegos Infantiles	5	7	12	9	3
Servicios Higiénicos	25	20	45	37	8
Estacionamiento	4	7	11	7	4
Minigranja	4	2	6	4	2
Tirolina	4	4	8	5	3
Concha Acústica	3	6	9	7	2
				TOTAL	83

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 15, se aprecia que mediante el análisis de carteles de información y señalización, que se llevó a cabo en un recorrido por las instalaciones del centro recreacional en compañía del administrador; se identificó la necesidad de poner en las instalaciones un total de 83 carteles informativos y de señalización (de seguridad).

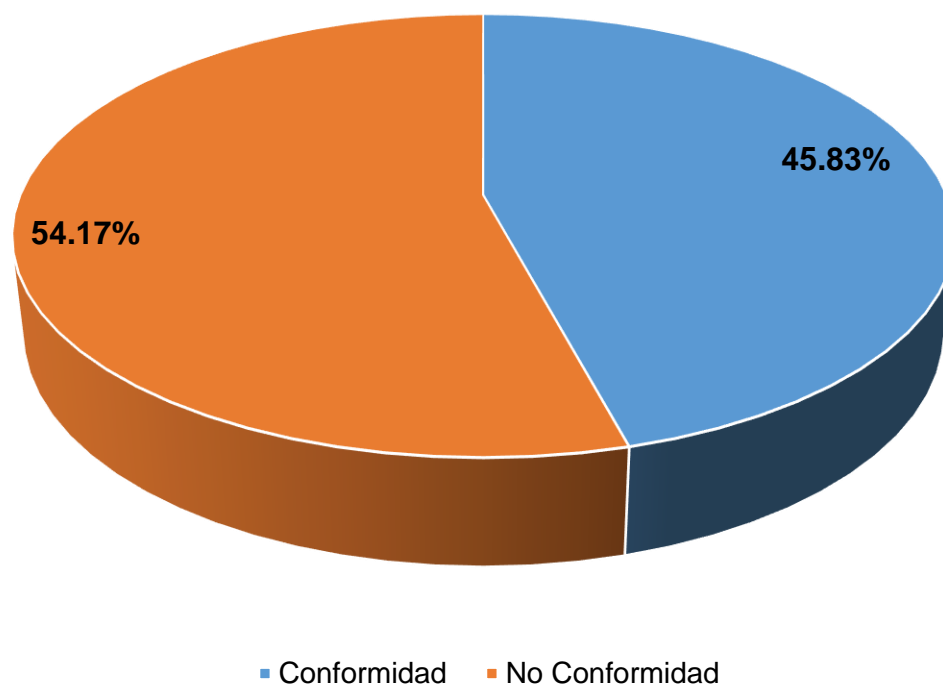


Figura 166: Estado de la limpieza de los servicios higiénicos

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 16, se evidencia la inspección realizada por 2 semanas, demostrando, que el nivel de no conformidad con respecto a la limpieza de los baños representa el 54,17%.

Mediante la lista de verificación del estado de los servicios higiénicos; se inspecciono dicho servicio que es tercerizado. Dicha verificación se dio, con la elaboración de un formulario para realizar un muestreo de observación de conformidad del estado de limpieza de los servicios higiénicos, que se muestra en el anexo 12.

Por otro lado, con respecto a la observación directa, la lista de cotejo correspondiente, permitió determinar que la empresa si cuenta con señalización que permite identificar los servicios, sin embargo, estos necesitan mejorarse porque algunos se encuentran averiados o desgastados. Además, se observó que hay poco personal de seguridad, que los trabajadores cuentan con una vestimenta que les permite identificarse como trabajadores del centro recreacional, aunque algunos están con la vestimenta desgastada lo que afecta su presentación personal. En cuanto a los elementos de protección personal, los trabajadores si los utilizan, pero

hay algunos que necesitan ser renovados. Con respecto al tópico para emergencias o primeros auxilios, se ha observado la necesidad de implementación y abastecimiento de recursos para atender mejor a los clientes en caso sea necesario.

Lo más importante de los hallazgos a cerca de la gestión de la calidad es que en la conversación con la administración del centro recreacional, es que no se cuenta con un sistema de gestión de la calidad, con lo cual, es necesario iniciar de manera urgente lo concerniente al proceso de implementación del sistema correspondiente.

OBJETIVO N°3: Aplicar la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

La información recolectada, fue muy importante no solo para destacar algunos problemas que impactan en la satisfacción de los clientes, sino, también para haber determinado las necesidades de la problemática latente e implementar un sistema de gestión de la calidad. Implementar un sistema de este tipo, toma mucho tiempo, pero se promovió los primeros pasos hacia su implementación, para lo cual con el administrador se coordinó una reunión con las autoridades del Obispado de Chimbote, quienes tienen la responsabilidad del centro recreacional. La primera reunión con los directivos, tuvo como objetivo dos aspectos: primero, resaltar la importancia del sistema de gestión de la calidad para la institución, y segundo, aprovechar la reunión para generar un compromiso de alta gerencia, a través de la constitución del comité de calidad, comprometiéndolos a ser parte de este comité. Justamente, el resultado de esta reunión permitió la constitución del comité de calidad liderada por el obispo, y conformada por otras autoridades eclesiósticas y administrativas del centro recreacional, quienes serán los responsables de conducir este proceso.

Se llevó a cabo una segunda reunión con el comité de calidad, con la invitación de algunos empleados del centro recreacional, donde se conformó dos equipos de trabajo, el primero, se encargó de la planificación del proceso de implementación del sistema de gestión de calidad, mientras que el segundo equipo, trabajó en

algunos aspectos operativos concernientes con la gestión de la calidad, para ir avanzando. Los resultados de este segundo equipo fueron fuentes de información para comprender y consolidar este proceso que toma un tiempo importante para su implementación.

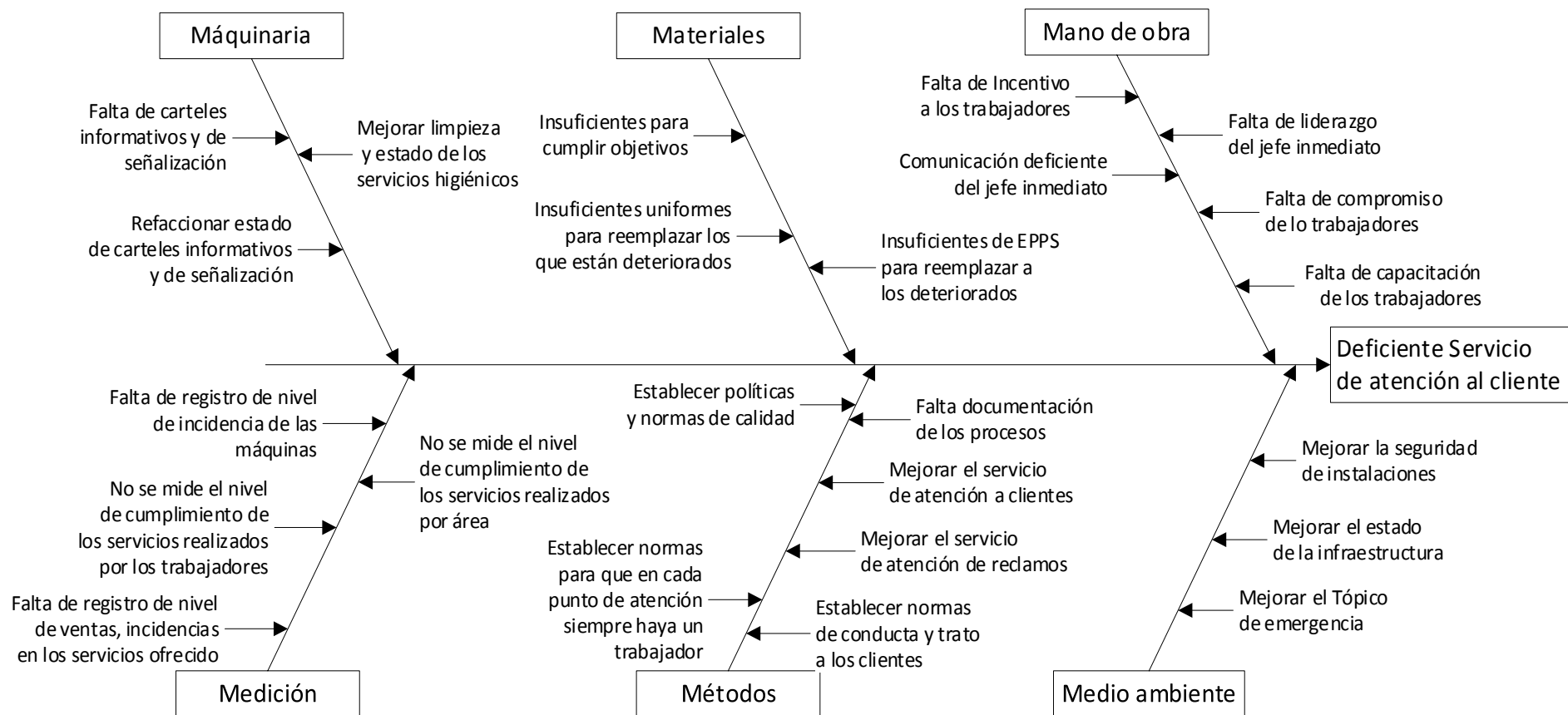


Figura 177: Diagrama de Ishikawa

Fuente: Elaborado por los investigadores

Tabla 16: Nivel de impacto de las causas en el servicio de atención

	Causas	Categoría	Impa cto	%	% Acumula do
3	Mejorar limpieza y estado de los servicios higiénicos	Maquinaria	8	5,71	5,71
8	Comunicación deficiente del jefe inmediato	Mano de Obra	8	5,71	11,43
10	Falta de compromiso de los trabajadores	Mano de Obra	8	5,71	17,14
20	Mejorar el servicio de atención a clientes	Métodos	8	5,71	22,86
21	Falta documentación de los procesos	Métodos	8	5,71	28,57
23	Mejorar el estado de la infraestructura	Medio Ambiente	8	5,71	34,29
1	Falta de carteles informativos y de señalización	Maquinaria	7	5,00	39,29
2	Refaccionar estado de carteles informativos y de señalización	Maquinaria	7	5,00	44,29
16	Establecer políticas y normas de calidad	Métodos	7	5,00	49,29
9	Falta de liderazgo del jefe inmediato	Mano de Obra	6	4,29	53,57
11	Falta de capacitación de los trabajadores	Mano de Obra	6	4,29	57,86
18	Establecer normas de conducta y trato a los clientes	Métodos	6	4,29	62,14
22	Mejorar la seguridad de instalaciones	Medio Ambiente	6	4,29	66,43
24	Mejorar el Tópico de emergencia	Medio Ambiente	5	3,57	70,00
4	Insuficientes materiales para cumplir objetivos	Materiales	5	3,57	73,57
6	Insuficientes de EPPS para reemplazar a los deteriorados	Materiales	5	3,57	77,14
7	Falta de Incentivo a los trabajadores	Mano de Obra	5	3,57	80,71
13	No se mide el nivel de cumplimiento de los servicios realizados por los trabajadores	Medición	5	3,57	84,29
14	Falta de registro de nivel de ventas, incidencias en los servicios ofrecido	Medición	5	3,57	87,86
15	No se mide el nivel de cumplimiento de los servicios realizados por área	Medición	5	3,57	91,43
17	Establecer normas para que en cada punto de atención siempre haya un trabajador	Métodos	3	2,14	93,57
12	Falta de registro de nivel de incidencia de las máquinas	Medición	3	2,14	95,71
19	Mejorar el servicio de atención de reclamos	Métodos	3	2,14	97,86
5	Insuficientes uniformes para reemplazar los que están deteriorados	Materiales	3	2,14	100,00

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 16, se evidencia que mediante el diagrama de Pareto, se evaluó el impacto de cada causa en el efecto o problema que se estudió.

Tabla 17: Plan de mejora de causas seleccionadas

	Causas	Mejora	Plazo	Meta	Responsable
3	Mejorar limpieza y estado de los servicios higiénicos	Elaborar propuesta	Corto	Propuesta Económica	Los Investigadores
8	Comunicación deficiente del jefe inmediato	Capacitar	Corto	Taller de Capacitación	Los Investigadores
10	Falta de compromiso de los trabajadores	Capacitar	Corto	Taller de Capacitación	Los Investigadores
20	Mejorar el servicio de atención a clientes	Capacitar	Corto	Taller de Capacitación	Los Investigadores
21	Falta documentación de los procesos	Elaborar documentos	Mediano	Proyecto de Investigación	Equipo 2 - Otra Investigación
23	Mejorar el estado de la infraestructura	Elaborar propuesta	Mediano	Propuesta Económica	Infraestructura
1	Falta de carteles informativos y de señalización	Elaborar propuesta	Mediano	Propuesta Económica	Infraestructura
2	Refaccionar estado de carteles informativos y de señalización	Realizar mantenimiento	Corto	Carteles refaccionados	Infraestructura
16	Establecer políticas y normas de calidad	Elaborar documentos	Corto	Política de calidad	Equipo 2 - Los investigadores
9	Falta de liderazgo del jefe inmediato	Capacitar	Corto	Taller de Capacitación	Los Investigadores
11	Falta de capacitación de los trabajadores	Capacitar	Corto	Taller de Capacitación	Los Investigadores
18	Establecer normas de conducta y trato a los clientes	Elaborar documentos	Mediano	Proyecto de Investigación	Otra Investigación
22	Mejorar la seguridad de instalaciones	Realizar mantenimiento	Mediano	Propuesta Económica	Infraestructura

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 17, se consideró las causas que tienen un alto impacto directo e indirecto y las causas que tienen un regular impacto directo. También se detalla las mejoras que se van a realizar.

Como ya se había indicado antes, la administración de los servicios higiénicos esta tercerizado, por lo tanto, la responsabilidad directa del servicio cae bajo la responsabilidad del proveedor del servicio. Para verificar los resultados de la encuesta con respecto a la limpieza de los servicios higiénicos, se aplicó una inspección inopinada por un tiempo de dos semanas, cuyos resultados se observan en la figura 17, quedando demostrado que el servicio no se estaba haciendo bien, generando malestar entre los clientes.

En coordinación con el administrador, se invitó al contratista a una reunión para informarle sobre las respuestas de los clientes en la encuesta y acerca de la inspección realizada, pidiéndole de buena manera que el servicio que venía ofreciendo debía de mejorar porque esto afecta el nivel de visitas al centro recreacional.

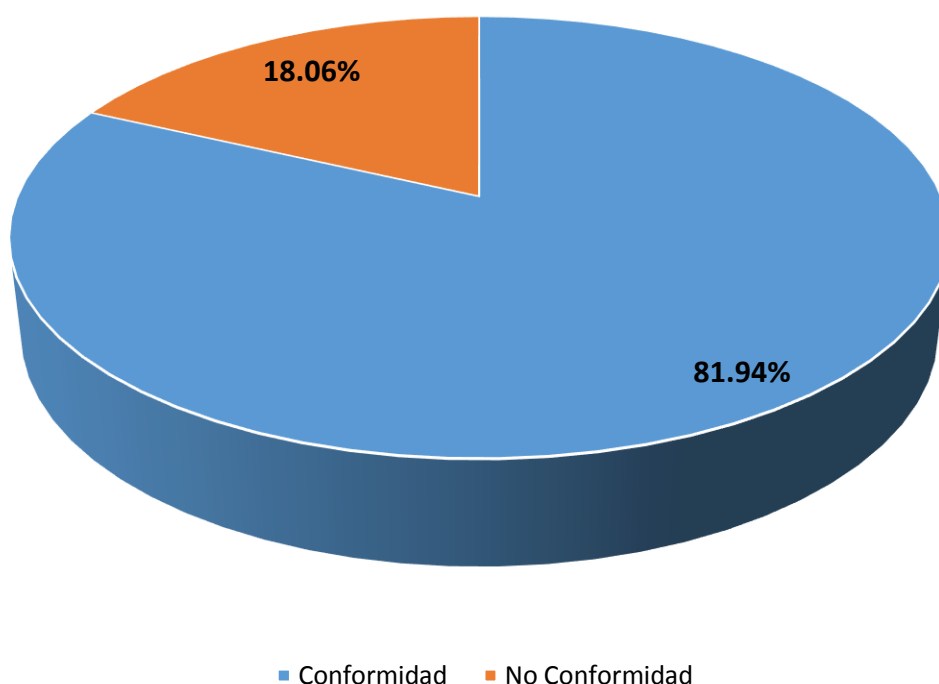


Figura 188: Estado de la limpieza de los servicios higiénicos

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 18, se evidencia que luego de tres semanas la limpieza de los servicios higiénicos, había mejorado de una conformidad del 54,17% a 81,94%.

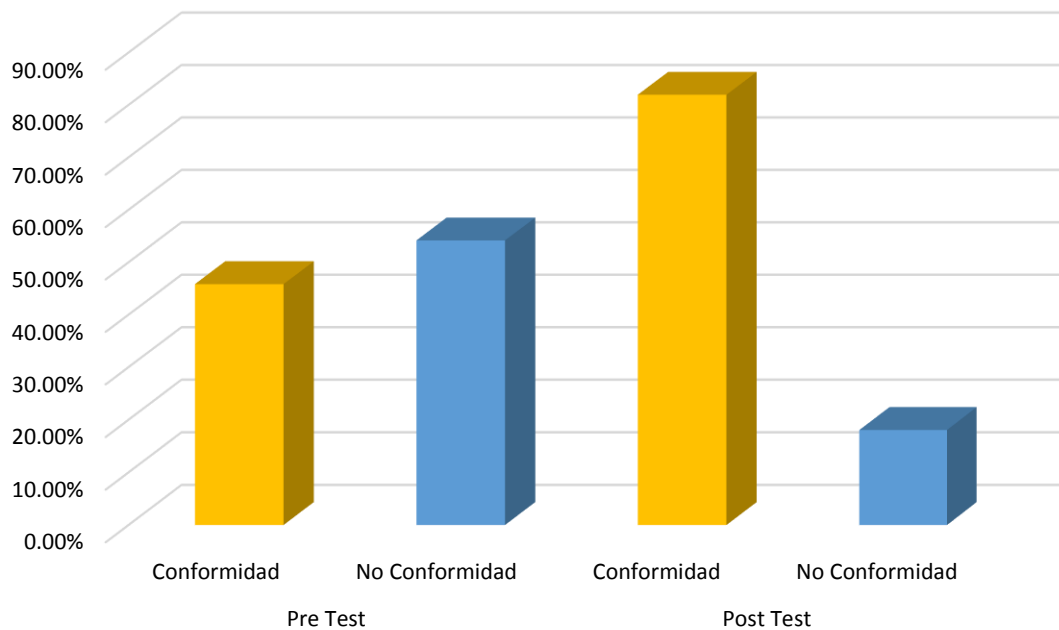


Figura 1919: Comparación estado de la limpieza antes y después de la reunión con el contratista.

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 19, se observa la conformidad antes de la conversación con el contratista, la cual no era muy buena en comparación a la conformidad después de la reunión.

En este caso particular, la institución se ha alertado por los resultados de la encuesta inicial y pensó en suspender la tercerización de la administración de los servicios higiénicos, y asumir la administración para tener mayor control en cuanto a la calidad de este servicio. Frente a dicho requerimiento, los investigadores elaboraron un análisis de dicha situación, evaluando la conveniencia de que la institución asuma la administración de los servicios higiénicos. Actualmente, el contratista paga a la institución el valor de 7.500 soles mensuales, y asume todos los costos de personal, insumos, materiales de limpieza, y otros que se requieran. Cualquier desperfecto de las instalaciones sanitarias o daño de los equipos sanitarios, son cubiertos por el contratista.

Si la empresa hubiera asumido la administración, en primer lugar hubiera tenido

que invertir una suma estimada de 5 000 soles que se emplearía para hacer arreglos de los servicios higiénicos, en cuanto a los costos de operación promedio mensual por concepto de insumos, materiales y del personal de limpieza sería de 3 682,97 soles, los cuales cada mes tendría un crecimiento de acuerdo con la tasa de crecimiento del índice de precios de 3,4% publicado por el MEF para el 2022 – 2025.

Tabla 18: *Ingresos proyectados por el servicio de Servicios Higiénicos*

Días de la semana	Martes	Miércoles	Jueves	Vierne	Sábado	Domingo	TOTAL
Clientes en día regular	80	120	280	500	1800	2500	5.280
Ingreso proyectado	56,00	84,00	196,00	350,00	1.260,00	1.750,00	3.696,00

Fuente: Elaborado por los investigadores

En cuanto a los ingresos, se estima un ingreso promedio semanal que se muestra en la tabla 18 de 3 696,00 soles, considerando un costo por servicio urinario de 0,50 soles y servicio de baño de 1,00 sol, además, se consideró que el servicio urinario tiene mayor demanda, representado por un 60% mientras que el servicio de baño sería de 40%.

Tabla 19: Flujo de efectivo y cálculo de VAN

TEA	21%								
TEM	1,60%								
Meses	0	1	2	3	4	5	6	VAN	
Ingresos		14.784	14.784	14.784	14.784	14.784	14.784		
Egresos	5.000,00	3.682,97	3.808,19	3.937,67	4.071,55	4.209,98	4.353,12		
Flujo de Efectivo	-5.000,00	11.101,03	10.975,81	10.846,33	10.712,45	10.574,02	10.430,88	56.202,49	

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 19, se muestra el flujo efectivo para un periodo de seis meses, con una tasa efectiva anual de 21%, con lo que el Valor actual neto (VAN) estaría dando un valor de 56 202,49 soles, con lo cual la propuesta de asumir la administración es viable y beneficiosa desde el punto de vista económico.

Si se compara las ganancias de ambos escenarios, se tiene:

Escenario 1: Mantener el contratista y asumir costos de control cada cierto tiempo para verificar que los baños estén limpios:

Beneficio = Pago del contratista por mes x 6 meses

$$7\,500 * 6 = 45\,000 \text{ soles}$$

Beneficio = 45 000 soles

Escenario 2: Asumir la administración y estar seguros de que los baños estarán limpios.

De acuerdo con el VAN,

$$\text{Beneficio} = 56\,202,49 \text{ soles}$$

Por tanto, la mejor propuesta, sería asumir la administración de los servicios higiénicos y garantizar la limpieza adecuada de los mismos. Los costos pueden variar si buscamos mejores proveedores que den mejores precios. Por otro lado,

se puede pagar algo más al personal de limpieza para que garantice un servicio de limpieza de calidad. Los Servicios Higiénicos limpios, también pueden impulsar mayor número de visitas con lo cual los ingresos también mejorarían.

Para atender las necesidades de Comunicación, liderazgo del jefe inmediato, compromiso, servicio de atención a clientes y capacitación de los trabajadores, se programaron tres talleres, como se indica a continuación:

Taller 1

Título: Liderazgo y comunicación efectiva

Participantes: jefes de las diferentes áreas de la institución

Fecha: 04 de mayo de 2022

Tiempo: 60 minutos

Modalidad: Virtual

Objetivo del taller: Favorecer el proceso de internalización e integración de los jefes para hacer que sus equipos de trabajo eleven significativamente la capacidad de trabajar en equipo.

Procedimiento: El ponente, expondrá la teoría sobre liderazgo por un tiempo de 15 a 20 minutos, luego organizará a los participantes en grupos de trabajo, quienes analizarán un caso práctico, discutirán y presentarán las conclusiones a las que llegaron como equipo. Cada equipo tiene un tiempo de 20 a 25 minutos para resolver el caso práctico. A continuación, cada equipo deberá elegir de manera libre a un participante que los representará. Los representantes de cada equipo, expondrán sus conclusiones y al final de las exposiciones se sacarán las conclusiones del taller. Cada equipo tendrá un tiempo de 5 a 7 minutos para realizar su exposición. Para las conclusiones del taller a cargo del expositor se tendrá un tiempo de 5 a 8 minutos.

Taller 2

Título: Servicio de atención al cliente

Participantes: jefes y empleados de las diferentes áreas de la institución

Fecha: 11 de mayo de 2022

Tiempo: 60 minutos

Modalidad: Virtual

Objetivo del taller: Promover la mejora de sus técnicas de comunicación, manejo de emociones y potenciar la vocación de servicio, que conduzcan a elevar la productividad de los colaboradores en el servicio de atención al cliente.

Procedimiento: el mismo procedimiento del taller 1

Taller 3

Título: Habilidades blandas

Participantes: jefes y empleados de las diferentes áreas de la institución

Fecha: 18 de mayo de 2022

Tiempo: 60 minutos

Modalidad: Virtual

Objetivo del taller: Promover entre los participantes puedan gestionar sus competencias y conductas adecuadas, para sostener la motivación, para mantener un nivel bajo de conflicto y un nivel alto de desempeño en el trabajo de equipo, que lo ayude a mejorar su productividad y que propicie un entorno sano de relaciones interpersonales.

Procedimiento: el mismo procedimiento del taller 1.

Para resolver de Refacción del estado de carteles informativos y de señalización, se recurrió al personal de infraestructura que, de acuerdo con sus funciones, deben realizar todos los trabajos de refacciones en general para lo cual el presupuesto ya está planificado y aprobado, por tanto, solo se debía ejecutar. Se sugirió que, de acuerdo con los resultados de la encuesta a los clientes, era necesario mejorar algunos letreros que tenían algún defecto. La administración en coordinación con el personal de infraestructura, programaron para la quincena del mes de mayo realizar los trabajos de las refacciones correspondientes, las cuales se llevaron a cabo por dos días, sin ningún problema.

Para implementar un sistema de gestión de la calidad, uno de los primeros pasos es definir la política de calidad, debido a que, en este enunciado se definen los principios para que las decisiones que deban tomar. A través de este documento,

la alta gerencia define las orientaciones, las intenciones y los objetivos con respecto a la calidad. Luego de varias reuniones con el segundo equipo de trabajo, se definió la primera versión de la política de calidad, que permitirá guiar las actividades hacia la calidad de los servicios que se ofrecen. Esta política de calidad antes de su publicación fue consensuada con el obispado de Chimbote y el comité de calidad, quienes decidieron aprobarla y establecer el punto de partida para ir desarrollando las primeras actividades de gestión de la calidad. En el anexo 11, se podrá observar la primera versión de la política de calidad del centro recreacional "Vivero Forestal".

Considerando que la Gestión de la Calidad, consiste en realizar actividades tanto de los directivos como de los empleados de la empresa para influenciar en los procesos de producción, en este caso los procesos de los servicios que se ofrecen, para mejorar constantemente la calidad del producto, es que se llevaron a cabo, algunas acciones de acuerdo con las causas seleccionadas por el diagrama de Pareto, con la convicción de mejorar la opinión de los clientes con respecto a los servicios que se ofrecen.

Con el plan de mejoras implementado, se procedió a aplicar nuevamente la encuesta a los clientes en las dos últimas semanas de junio, con lo cual se analizó las respuestas después de las acciones llevadas a cabo. Se espera que la nueva disposición del contratista que administra los servicios higiénicos haya mejorado el servicio, también se espera que la refacción de algunos letreros mejore la información hacia los clientes, así como las indicaciones restrictivas que mejoren la seguridad de los clientes, finalmente esperamos que los tres talleres realizados hayan ayudado a mejorar la disposición de los trabajadores tanto con la empresa, pero principalmente con los clientes.

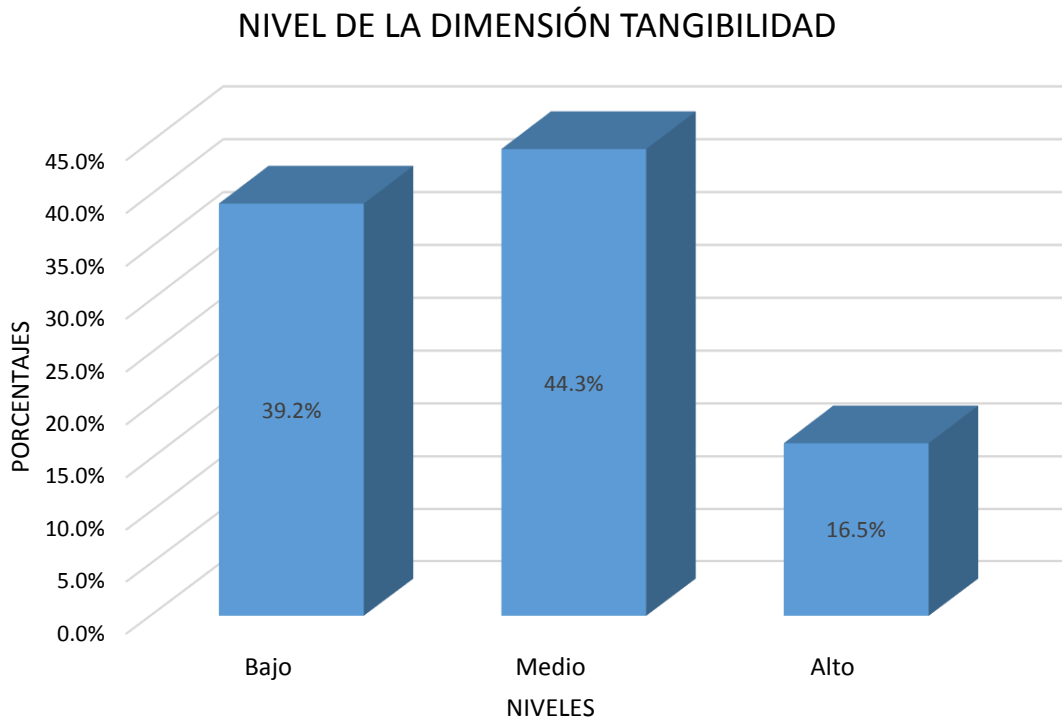


Figura 20: Nivel de la Dimensión tangibilidad

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 20, se muestra que los clientes han mejorado la percepción del establecimiento, lo cual se ve reflejado en el 44,3% que indica que las condiciones de las instalaciones son medias o regulares. Esto significa que de alguna forma las refacciones de los letreros y la limpieza de los baños han sido bien tomados por los clientes. Sin embargo, hay que notar que todavía hay algunos factores que necesitan ser mejorados.

Tabla 20: Respuestas dimensión tangibilidad

Nro.	Preguntas	Pre Test		Post Test	
		Si	No	Si	No
1	¿Las instalaciones de los diferentes servicios son seguros?	61,90%	38,10%	76,3%	23,7%
2	¿Las instalaciones de los diferentes servicios están en buen estado?	60,80%	39,20%	68,0%	32,0%
3	¿En el centro recreacional hay suficientes carteles informativos y de señalización?	45,40%	54,60%	55,7%	44,3%
4	¿Los carteles del centro recreacional están en buen estado?	44,30%	55,70%	63,9%	36,1%
5	¿Los servicios higiénicos, son limpios?	45,40%	54,60%	78,4%	21,6%
6	¿Los servicios higiénicos, están en buen estado?	64,90%	35,10%	84,5%	15,5%
7	¿Existen bancas y sillas cómodas y en buen estado para el descanso de los clientes?	49,50%	50,50%	60,8%	39,2%

Fuente: Elaborado por los investigadores

La tabla 20, permite observar que los porcentajes de aceptación han mejorado, debido a que es evidente que los porcentajes de la respuesta afirmativa del post test son mayores que las del pre test.

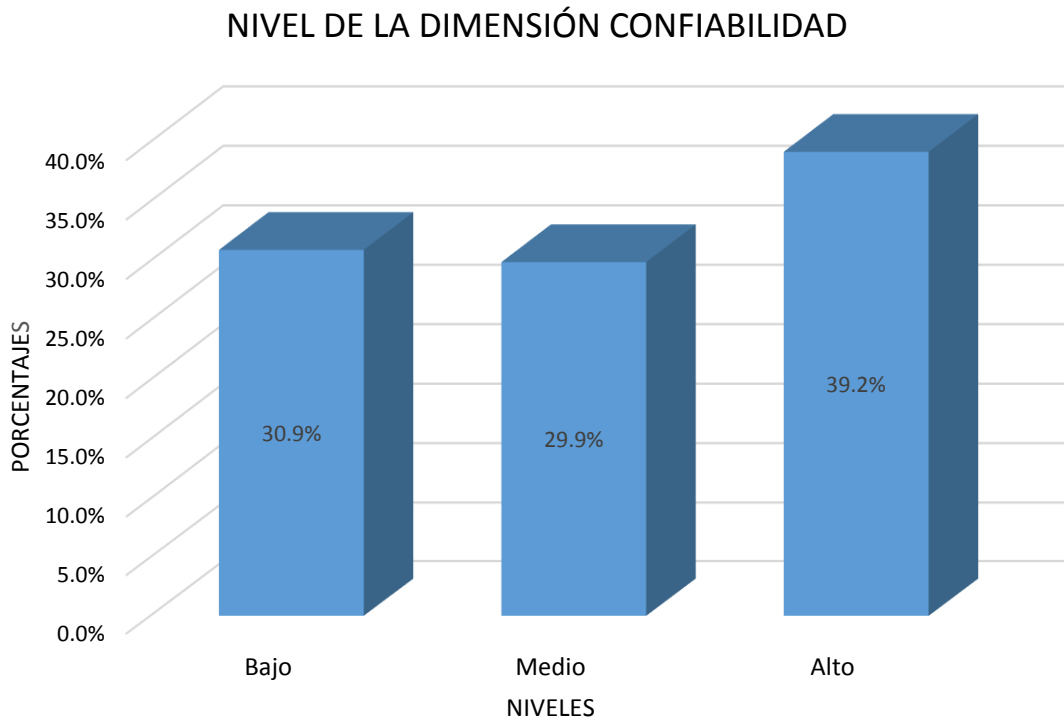


Figura 21: Nivel de la Dimensión confiabilidad

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 21, se muestra que el nivel de la dimensión de confiabilidad es alto, lo cual se puede deducir que los talleres impactaron de manera favorable en el comportamiento de los trabajadores. Las capacitaciones se deben continuar realizando para que la motivación de los trabajadores no decaiga.

Tabla 21: *Respuestas dimensión confiabilidad*

Nro.	Preguntas	Pre Test		Post Test	
		Si	No	Si	No
8	¿La atención de los servicios es correcta, es decir, sin errores?	54,60%	45,40%	71,1%	28,9%
9	¿La atención de los servicios, respeta el orden o turno correspondiente?	63,90%	36,10%	71,1%	28,9%
10	¿En la atención de los servicios hay discriminación?	60,80%	39,20%	60,8%	39,2%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 21, se evidencia el aumento únicamente en la pregunta 10, los demás se han mantenido, lo cual requiere realizar un mayor análisis para determinar los factores.

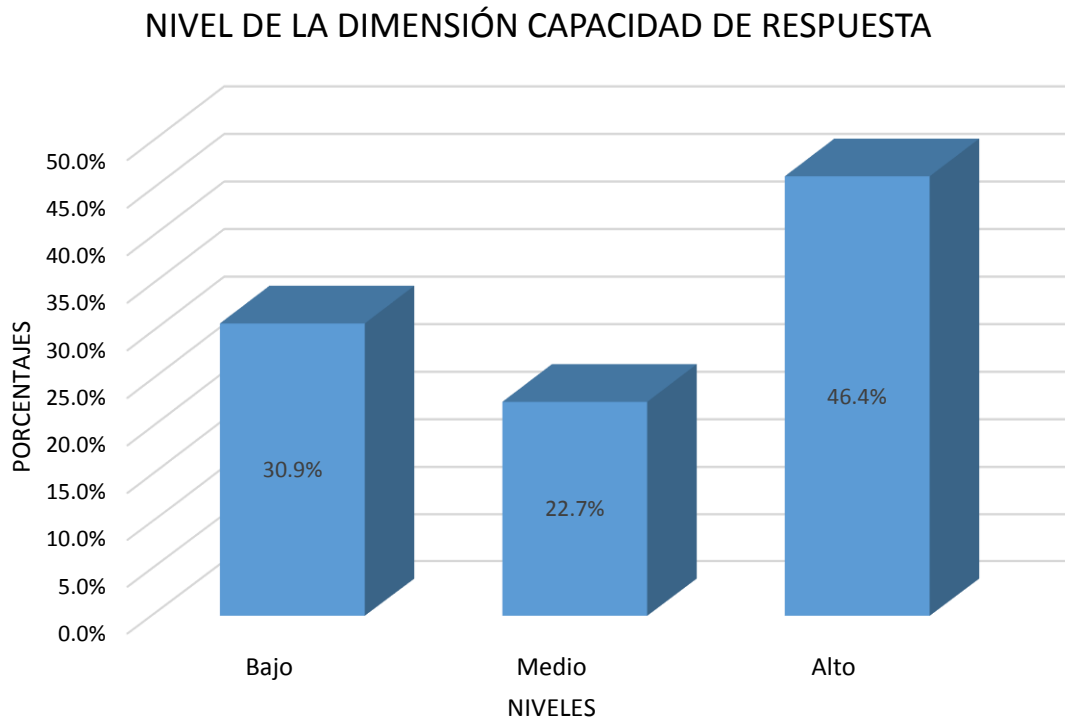


Figura 22: Nivel de la Dimensión capacidad de respuesta

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 22, se evidencia que la dimensión de capacidad de respuesta, ha mejora muy significativamente.

Tabla 22: *Respuestas dimensión capacidad de respuesta*

Nro.	Pregunta	Pre Test		Post Test	
		Si	No	Si	No
11	¿La atención de los servicios es rápida?	39,20%	60,80%	69,1%	30,9%
12	¿Los problemas que se presentan en los servicios de atención, se resuelven inmediatamente?	42,30%	57,70%	59,8%	40,2%
13	¿El personal del centro recreativo está todo el tiempo en su puesto de trabajo para atender los servicios?	66,00%	34,00%	72,2%	27,8%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 22, se detalla que las preguntas de la dimensión capacidad de respuesta, han sufrido un aumento en la afirmación de parte de los clientes en cuanto a la rapidez en la atención de los servicios.

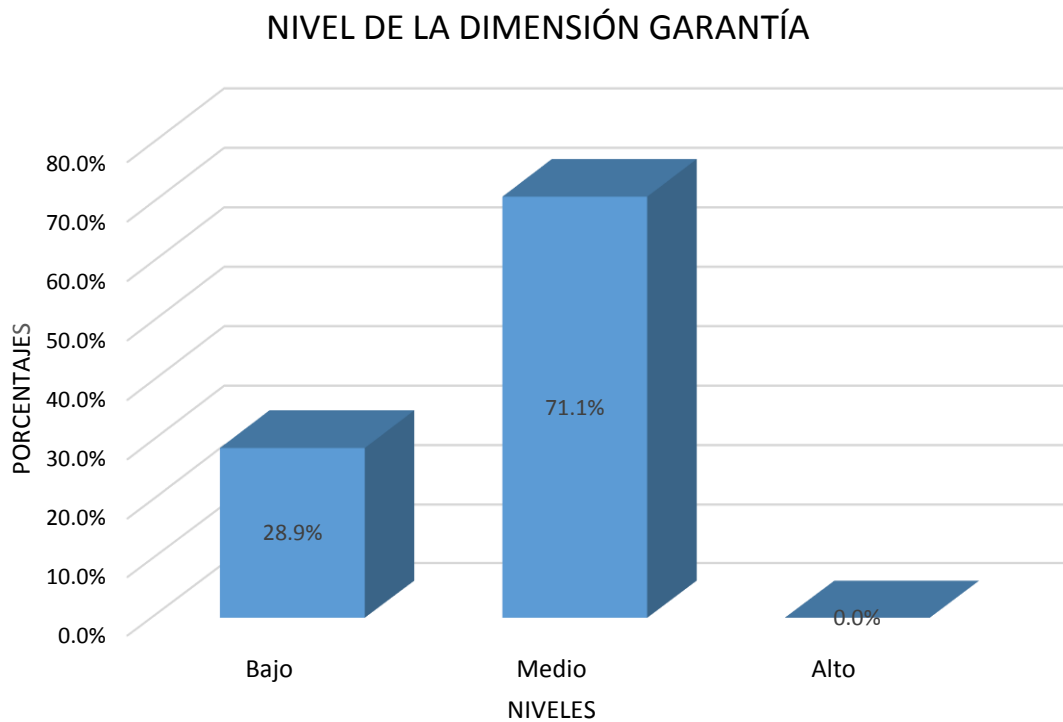


Figura 233: Nivel de la Dimensión garantía

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 23, se observa que la dimensión garantía ha incrementado a 71,1% en el post test, manteniéndose en el nivel medio como el resultado en pre test. Esto también confirma de alguna manera que los talleres realizados con los trabajadores han ayudado a mejorar su comportamiento.

Tabla 23: *Respuestas dimensión Garantía*

Nro.	Pregunta	Pre Test		Post Test	
		Si	No	Si	No
14	¿El personal del centro recreativo que lo atendió, le inspiró confianza?	74,20%	25,80%	79,4%	20,6%
15	¿El personal del centro recreativo que lo atendió demostró conocimiento de los servicios que se ofrecen?	72,20%	27,80%	81,4%	18,6%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 23, se muestra que para los clientes, los trabajadores continúan inspirando confianza, con un crecimiento pequeño, sin embargo, el crecimiento de los clientes con respecto que los trabajadores demostraron conocimiento de los servicios cuando fueron atendidos ha tenido un aumento importante.

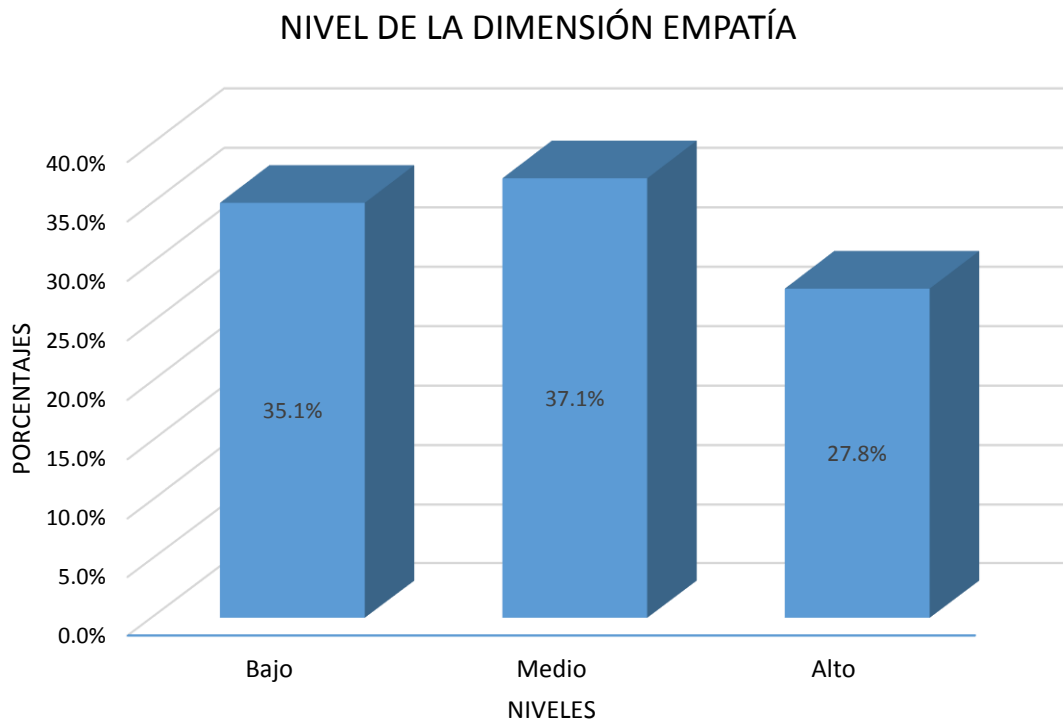


Figura 244: Nivel de la Dimensión empatía

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 24, demuestra que la dimensión empatía no muestra un crecimiento importante del nivel alto, por lo cual los trabajadores están siendo más atentos, orientando mejor a los clientes, y sobre todo siendo más tolerantes, con lo cual se confirma una vez más la importancia de los talleres de capacitación.

Tabla 24: *Respuestas dimensión Empatía*

Nro.	Pregunta	Pre Test		Post Test	
		Si	No	Si	No
16	¿El personal del centro recreativo lo atendió con amabilidad y respeto?	42,30%	57,70%	63,9%	36,1%
17	¿El personal del centro recreativo lo orientó y atendió sus solicitudes con precisión?	46,40%	53,60%	60,8%	39,2%
18	¿El personal del centro recreativo es tolerante?	43,30%	56,70%	57,7%	42,3%

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 24, se muestra cómo ha mejorado de manera importante las respuestas de los clientes con respecto a las preguntas de esta dimensión.

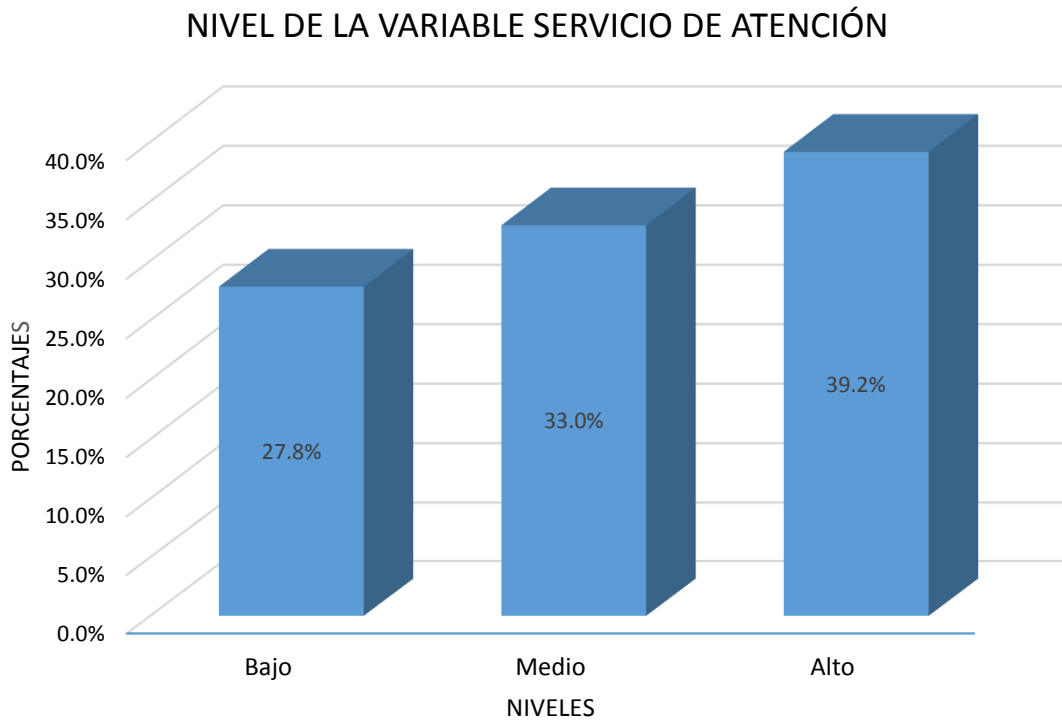


Figura 255: Nivel de la Variable Servicio de atención

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la figura 25, se observa que el nivel de los servicios es alto moderadamente con un 39,2%, y aumento del nivel medio, lo cual ha hecho que las repuestas de nivel bajo hayan disminuido, obteniendo mayor aceptación del servicio de atención por parte de los clientes.

Tabla 25: Niveles de las dimensiones del servicio de atención

Dimensiones	Nivel Pre	Nivel Post
Tangibilidad	Bajo	Medio
Confiabilidad	Bajo	Alto
Capacidad de Respuesta	Bajo	Alto
Garantía	Medio	Medio
Empatía	Bajo	Medio
Servicio de Atención	Bajo - Alto	Alto

Fuente: Elaborado por los investigadores

En la tabla 25, se evidencia el nivel de la variable servicios de atención y el nivel de sus dimensiones tanto en el pre test como en el post test.

Los resultados demuestran que la aplicación de algunas acciones de la gestión de la calidad, han impactado en la mejora de los resultados del servicio de atención, ello se puede reflejar en la respuesta de los clientes con respecto a la demanda, es decir, con las visitas al centro recreacional, y también, con las quejas o reclamos de los clientes. En términos objetivos el servicio de atención al cliente se redujo la no conformidad de 40,2% a 27,8%, es decir, 12,4 puntos porcentuales, que representan una reducción del 30,84% de no conformidades, lo cual obviamente es una muestra de la mejora del servicio de atención al cliente.

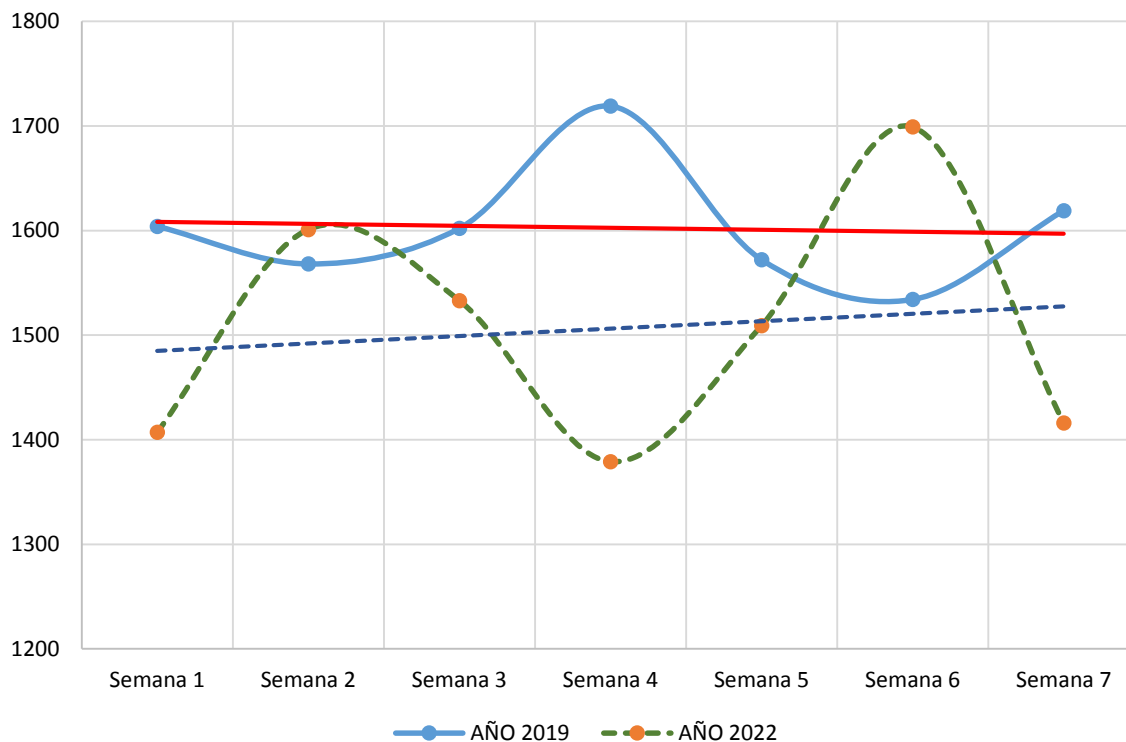


Figura 266: *Análisis de la demanda después del plan de mejora*

Fuente: Elaborado por los investigadores

Un análisis de la demanda y de los reclamos en 7 semanas del 2022 tomados como referencia para evaluar los resultados, después de haber llevado a cabo las acciones de mejora, se demuestran en la figura 26 que la demanda se ha incrementado, aunque el nivel de las visitas aún no se compara con las ventas del año 2019, sin embargo, están aumentando, con una marcada tendencia positiva, con lo cual, se espera que en un corto tiempo se alcance las ventas del 2019 y se además se superen.

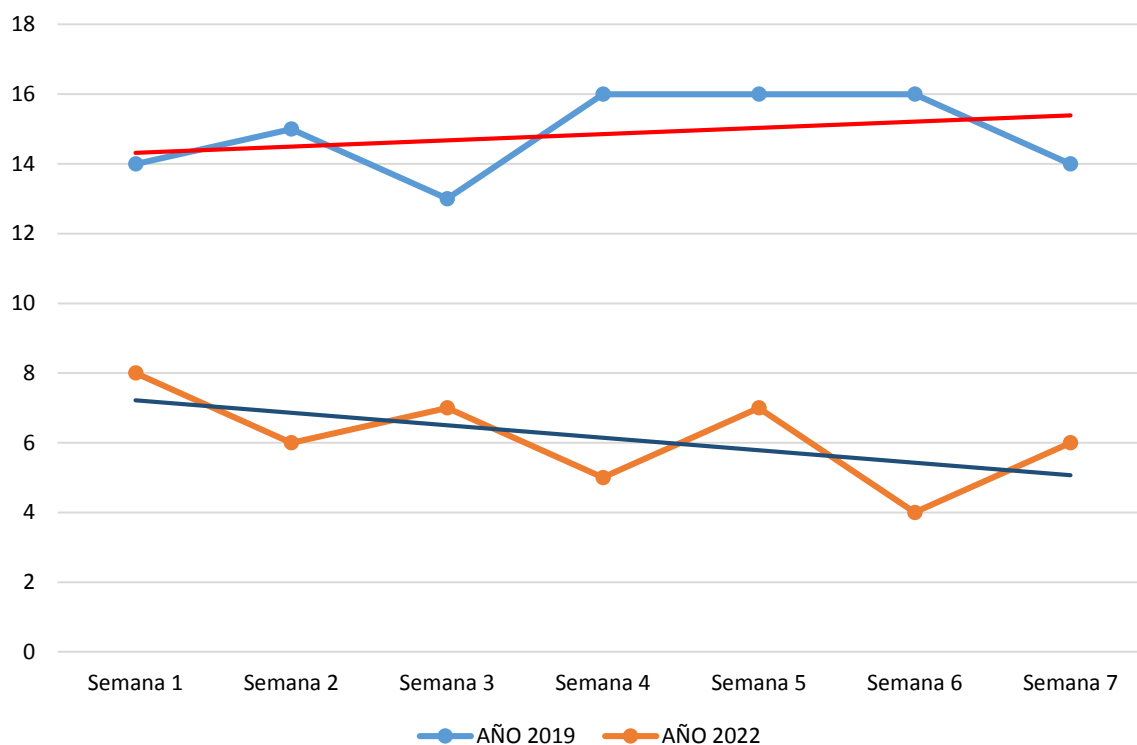


Figura 277: Análisis de los reclamos después del plan de mejora

Fuente: Elaborado por los investigadores

Del mismo modo en los mismos periodos en el que se analizó la demanda también se analizaron los reclamos, y como lo muestra figura 27, su comportamiento ha disminuido en comparación a los reclamos generados en el 2019.

PRUEBA DE HIPÓTESIS

Luego que se explicaron las acciones implementadas, para mejorar el servicio de atención, y haber aplicado el instrumento correspondiente, se analizarán los estadísticos correspondientes para probar la hipótesis del estudio.

Estadísticos descriptivos

H₀: La aplicación de la gestión de la calidad, no mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

H_a: La aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

Regla de decisión

Ho: $\mu_a \geq \mu_d$, se acepta la hipótesis nula.

Ha: $\mu_a < \mu_d$, se rechaza la hipótesis nula.

μ_a : Media del servicio de atención antes de aplicar la gestión de la calidad

μ_d : Media del servicio de atención después de aplicar la gestión de la calidad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Servicio_Pre	97	2	17	9,77	4,415
Servicio_Post	97	4	18	12,35	4,034
N válido (por lista)	97				

Figura 28: Estadísticos descriptivos

Fuente: Elaborado por los investigadores con ayuda del SPSS 23

En la figura 28, se observa un reporte del SPSS a cerca de los estadísticos descriptivos, donde se muestra que la media de la conformidad en el servicio de atención es de 9,77 para el pre test, mientras que para el post test es de 12,35, con lo cual queda demostrado que, según las reglas de decisión se debe rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. De esta manera se demuestra que la aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

Prueba de normalidad

Se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, porque la muestra ha sido mayor a 50. En este caso, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: Las conformidades del servicio de atención tienen una distribución normal.

Ha: Las conformidades del servicio de atención no tienen una distribución normal.

Regla de decisión

Ho: $p \geq 0,05$, se acepta la hipótesis nula.

Ha: $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula.

Prueba		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Servicio	Prueba C	,180	97	,000	,910	97	,000
	Prueba E	,136	97	,000	,940	97	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Figura 29: Prueba de Normalidad

Fuente: Elaborado por los investigadores con ayuda del SPSS 23

De acuerdo con la figura 29, el valor “p” buscado que corresponde al valor de Sig. es 0,000, con lo cual queda demostrado que “p” no es mayor que 0,05, por tanto, se debe rechazar la hipótesis nula, es decir, que las conformidades del servicio de atención no tienen una distribución normal.

Según este resultado, entonces, para la prueba final de la hipótesis, se ha utilizado una prueba no paramétrica, para muestras independientes, que en este caso correspondió a la prueba U de Mann Whitney.

Prueba de U de Mann Whitney

El objetivo de esta prueba es averiguar cuál ha sido el efecto de la gestión de la calidad en la mejora del servicio de atención, en el centro recreacional. Para lo cual, primero es necesario precisar, que el grupo control estuvo conformado por los clientes que respondieron sobre la conformidad del servicio de atención sin aplicación de la gestión de la calidad, y el grupo experimental estuvo conformado por los clientes que respondieron sobre la conformidad del servicio de atención con aplicación de la gestión de la calidad.

También es importante resaltar que la prueba corresponde a muestras independientes, debido a que los clientes encuestados antes de la aplicación, no han sido los mismos que los clientes encuestados después de la aplicación.

De acuerdo con lo anterior, se planteó las siguientes hipótesis:

Ho: No existen diferencias en los niveles del servicio de atención del grupo control y experimental

H1: El servicio de atención es mejor en el grupo experimental que en el grupo control.

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de Servicio es la misma entre las categorías de Prueba.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,000	Rechace la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es ,05.

Figura 30: Resumen de contraste de hipótesis

Fuente: Elaborado por los investigadores con ayuda del SPSS 23

En la figura 30, se evidencia que la hipótesis nula se debe rechazar, y aceptar la hipótesis alternativa, donde el servicio de atención es mejor en el grupo experimental que en el grupo control. De esta forma, se demuestra en la investigación la hipótesis planteada, es decir, la aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

5. DISCUSIÓN

En la actualidad existen muchas empresas que no reconocen la importancia del servicio de atención al cliente. Según Murillo (2018, p.9), el servicio de atención al cliente es un conjunto de decisiones que las empresas deben impulsar como algo imprescindible para continuar en el mercado y alcanzar el éxito o el fracaso, más aún si el cliente es el personaje principal y depende de su reconocimiento la posibilidad de que las empresas continúen operando.

La gestión de la calidad según Barrios, Burneo y Lizarzaburu (2018, p.79), es un sistema de gestión que busca atender las demandas de los clientes internos y externos, considerando todos los recursos necesarios en los diferentes procesos a través de la mejora continua. Para lograr esto, Carrera, Ligña, Moreno y Morales (2018, pp.12-14), establecen dimensiones de la gestión de la calidad, basado en los principios de la calidad según ISO 9001:2015.

Es por ello, que la presente investigación, aplicó la gestión de la calidad, para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional; obteniendo como resultados que los cinco factores que afectan el servicio de atención al cliente son: la primera es la Tangibilidad, que se relaciona con la reparación e instalación de más carteles informativos y de señalización (seguridad), además de mejorar la limpieza de los servicios higiénicos, y de reparar bancas y sillas para que descansen cómodamente los clientes.

El segundo factor es la Confiabilidad, la cual se relaciona con la disposición que prestan los servicios los trabajadores, para que no cometan errores; así mismo se relaciona con atender a todos los clientes sin distinciones. El tercer factor es la Capacidad de respuesta, vinculada con la permanencia del trabajador en su puesto, para que pueda atender cualquier solicitud que tenga el cliente de forma rápida e inmediata.

Como cuarto factor está la Garantía, relacionada con que los colaboradores mantengan buen ánimo para seguir inspirando confianza a los clientes. Como quinto factor, está la Empatía, la cual hace referencia a que los trabajadores deben atender a los clientes con amabilidad y respeto, además de conocer perfectamente los procesos de los servicios que ofrecen para que puedan orientar a los clientes debidamente. En relación a los resultados encontrados, Alarcón, Sarmiento, Mejía, Castaño y Troncoso (2020), en su investigación, propuso analizar y establecer las causas que generaban ineficiencias en el servicio al cliente. Utilizando herramientas de calidad, se recopilaron los datos y estudiaron las causas posibles; mediante el diagrama causa y efecto se logró identificar que la ausencia del personal y la falta de capacitación, fueron las causas con mayor frecuencia. Así mismo, con las Cartas de Control se demostró que los estándares de calidad si se cumplen en los tiempos de espera predeterminados, sin embargo, el proceso no es estable, y la Capacidad de Proceso no se estaba cumpliendo de acuerdo con las especificaciones establecidas. La investigación concluye, que es de suma importancia brindar un servicio bueno y de calidad.

Así mismo, desde un enfoque teórico Murillo (2018; p.9), señaló que la atención al cliente es un proceso mediante el cual se determina la conexión o relación con el cliente, al establecer diversas herramientas a su disposición para lograr satisfacer sus demandas o exigencias con respecto al producto o servicio ofrecido. Además, no cumplir con los clientes, es un factor que afecta la prestación de un servicio, generando una insatisfacción en el cliente. Para evitar estos impactos que perjudican a las empresas, es necesario evaluar los servicios que se ofrecen y según Cuatrecasas y Gonzales (2017, p.34), algunos criterios que pueden ayudar son: Los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, el profesionalismo, la cortesía, la credibilidad, la seguridad, la accesibilidad, la comunicación y la comprensión del cliente.

Por otro lado, se determinó que son cuatro los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención de un centro recreacional. El primer factor es el Liderazgo, el cual, según el estudio se vincula con el desarrollo de talleres de coaching para los jefes y subordinados. El segundo factor, es el Compromiso con los trabajadores, el cual se relaciona con una evaluación de puestos de trabajo y la

elaboración de un manual de procedimientos del centro recreacional. Así mismo, como tercer factor, se encuentra la Gestión basada en procesos, el cual busca implementar un sistema de gestión de la calidad. Como cuarto factor se encuentra la Orientación al cliente, vincula con la capacitación habilidades blandas, dirigido a los trabajadores.

En relación a dicho resultado, Amate (2020), en su investigación, tuvo como finalidad analizar el servicio de atención por medio de las redes sociales para incrementar las ventas en Mundo Geylin C.A. El enfoque del estudio fue cuantitativo, de carácter documentario, descriptivo y de campo en una empresa dedicada a comercializar bisutería. Se aplicó un cuestionario a la población del estudio que estuvo conformado por el responsable del servicio de atención al cliente, el gerente general y 28 clientes. El estudio concluye, indicando que la empresa debe ofrecer servicios de atención más eficientes, conducidos por personal capacitado, con costos más bajos, que permitirían captar más clientes y lograr un nivel de satisfacción más alto.

A nivel teórico, Murillo (2018, pp.66-68), menciona que la calidad del servicio de atención en las organizaciones para satisfacer las necesidades del cliente y la buena percepción, dependerá de la excelencia con la que el servicio se ofreció. Para alcanzar la excelencia se debe considerar algunas de las siguientes dimensiones: la primera es la tangibilidad, que considera si las instalaciones y medios físicos con los que se ofrece el servicio, tienen un estado aceptable y garantiza bienestar y seguridad; la segunda dimensión es la confiabilidad, la cual garantiza que el servicio está bien definido, es decir, se ofrece y se brinda el servicio tal y conforme está descrito; la tercera dimensión es la capacidad de respuesta, es decir, si los servicios se ofrecen oportuna y efectivamente, minimizando los riesgos y daños; la cuarta dimensión es la garantía, refiriéndose a la seguridad que se le da al cliente, sobre los servicios otorgados, transmitiendo conocimiento, cortesía y seguridad; por último, la quinta dimensión es la empatía, que tiene que ver con la manera como el personal de la organización realiza su trabajo y el trato respetuoso, amigable y de confianza que tiene con los clientes.

Por último, la aplicación de la gestión de la calidad para mejorar los factores que

afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional, obtuvo como resultado que el servicio de atención es de 9,77 para el pre test, mientras que para el post test es de 12,35, con lo cual queda demostrado que, la aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

En relación a los resultados, se encontró que la investigación, realizada por Philco (2020), tuvo como principal objetivo mejorar el servicio al cliente en una empresa del sector construcción. El estudio se centró en tres aspectos que tienen que ver con el servicio de atención para reducir los reclamos, mejorar el tiempo de atención del servicio y mejorar la recuperación de pagos por reparaciones. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, descriptivo y explicativo. El diseño fue cuasi experimental, con una población conformada por los reclamos, atenciones y órdenes de servicios de dos años. Se aplicó un muestreo no probabilístico. La investigación concluyó que la implementación de un plan de mantenimiento redujo la cantidad de reclamos en un 39,80%, el tiempo de atención del servicio mejoró en un 17% y el incremento de recuperación de pagos por reparaciones en 18%. Con lo cual la investigación mejoró el servicio al cliente al implementar uno de los principios de la gestión de la calidad.

Además, según un análisis de la demanda y de los reclamos en 7 semanas del 2022 tomados como referencia para evaluar los resultados, se encontró que la demanda se ha incrementado, aunque el nivel de las visitas aún no se compara con las ventas del año 2019, sin embargo, están aumentando, con una marcada tendencia positiva, con lo cual, se espera que en un corto tiempo se alcance las ventas del 2019 y se además se superen. Es por ello, que se evidencia que la hipótesis nula se debe rechazar, y se acepta la hipótesis alternativa, donde el servicio de atención es mejor en el grupo experimental que en el grupo control. De esta forma, se demuestra en la investigación la hipótesis planteada, es decir, la aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.

6. CONCLUSIONES

1. En la investigación se aplicó la gestión de la calidad para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional, concluyendo que el nivel bajo del servicio de atención al servicio se redujo de 40,2% a 27,8% y el nivel medio del servicio de atención se mejoró de 18,6% a 33,0%.
2. Con respecto al objetivo 1, se describió los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional, concluyendo que el nivel de servicio de atención al cliente es bajo en 40,2%, debido al nivel bajo en las dimensiones tangibilidad en 50,5%, confiabilidad en 45,4%, capacidad de respuesta en 50,5%, garantía en 4,3% y empatía en 57,7%.
3. En cuanto al objetivo específico 2, se describió los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención, concluyendo que el nivel de la gestión de calidad es bajo en un 58,8%, debido al nivel bajo de las dimensiones de liderazgo en 58,8%, compromiso de los trabajadores en 41,2%, gestión orientada en procesos en 58,8% y orientación al cliente en 64,7%, afectando el servicio de atención al cliente.
4. Finalmente, para el objetivo específico 3, se aplicó la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional, concluyendo que se aplicó un plan de mejoras, con lo cual el servicio de atención al cliente, se redujo el nivel bajo de 40,2% a 27,8% y se mejoró el nivel medio de 18,6% a 33,0%.

7. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Diócesis de Chimbote, continuar con firmeza con el proceso de implementación de un sistema de gestión de la calidad iniciado, que no hará más que repotenciar la administración del centro creacional para garantizar un servicio de atención de altísima calidad, que congregue gran número de familias y lograr el sano y seguro esparcimiento, dentro de los estándares que exigen las empresas de clase mundial.

Se recomienda a la empresa, cumplir con las actividades del plan de mejorar que no se realizaron debido a la necesidad de recursos económicos necesarios, para mejorar las condiciones de infraestructura que contribuyan a mejorar el servicio de atención al cliente.

Mantener las capacitaciones a través de talleres dinámicos y objetivos, para mantener viva la disposición de sus trabajadores.

Retomar la administración de los servicios higiénicos, para controlar mejor el servicio de calidad que se debe ofrecer, además que mejorar el nivel de ingresos que puede ser utilizado para realizar otro tipo de mejorar dentro del centro recreacional.

REFERENCIAS

ALARCÓN Mendoza, V., SARMIENTO Campo, W., MEJÍA Quiñones, J., CASTAÑO Álvarez, Á., & TRONCOSO Palacio, A. (2020). Analysis of inefficiencies in customer service. 2(1). DOI: <http://doi.org/10.17981/bilo.2.1.2020.10>

ALFONSO A. (2018) Cultura Organizacional y calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas <http://www.cultura-organizacional.com/calidad-total/sistemasde-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>

AMATE, A. (2020). Servicio de atención al cliente a través de redes sociales para aumentar las ventas. 2(2). Doi: <https://doi.org/10.22996/talento.v2i2.5>

BARRIENTOS Valdez, J. D. (2018). *Calidad de atención y satisfacción del usuario del servicio de farmacia del Centro de Salud Laura Caller - Los Olivos*. Tesis de Posgrado - Maestría, Universidad César Vallejo, Lima, Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/30674>

BARRIOS Alvarado, R., BURNEO Farfán, K., & LIZARZABURU Bolaños, E. (2019). *Guía de Calidad Total* (Primera ed.). Perú: Pearson Educación de Perú. <https://es.slideshare.net/martz1995/guias-calidad-total>

BROWN, A. (2018). *Gestión de la atención al cliente*. ES: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

CABANA, E. (2018). *Relación entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Sodimac Ate 2017*. Lima, Perú

CABANA, E. G. (2018). *Relación entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Sodimac Ate, 2017*. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

CABEZAS Mejía, E. D., ANDRADE Naranjo, D., & TORRES Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Primera ed.). Sangolquí, Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <https://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

CARRERA Endara, C. F., LIGÑA Cumbal, C. H., MORENO Cueva, G. R., & MORALES Carrera, R. (2018). *Sistemas de Gestión de Calidad* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Ediciones Grupo Compás.
<https://www.isotools.org/normas/calidad/>

CASTAÑEDA, Y. F. (2018). Calidad de servicios para mejorar la satisfacción del cliente en el restaurante El Cántaro, Lambayeque 2017. (Tesis de Posgrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

CAYOTOPA, G. E. (2018). Taller sobre estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes pollería Campos, distrito La Victoria 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú.

CUATRECASAS, L., & GONZÁLES Babón, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, Control y Certificación* (Quinta ed.). Barcelona, España: Profit Editorial I.
https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_integral_de_la_calidad.html?id=uoaaxj6zxZsC

ESCOBAR Vicuña, P., ASTUÑAUPA Flores, S., & HUANCA Solís, W. (2017). *Metodología de la Investigación Científica* (Segunda ed.). Huancayo, Perú: Depósito Legal de la Biblioteca Nacional del Perú.
https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf

ESCOBAR E. (2017) tesis “Administración de Recursos Humanos y Calidad del Servicio en la dirección de logística de la dirección regional de salud - hvca, 2017” Moquegua, Perú.

DAVILA, K. G., & Flores, M. B. (2017). Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. Lambayeque. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo

DÍAZ, F. M. (2017). Manual. Atención básica al cliente Certificados de profesionalidad. Actividades auxiliares de comercio (COMT0211). Editorial CEP, S.L... Retrieved from <http://www.ebrary.com>

HERRERA, F. J. (2017). Mejora de la calidad de atención para aumentar la satisfacción del cliente en la empresa Olva Courier, Chimbote - 2017. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Nuevo Chimbote, Perú.

GANGA, F., Alarcón, N., & Pedraja, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*.

GARCÍA, V. (2016). Pequeñas empresas en Estados Unidos. Recuperado el 16 de noviembre del 2016, de <http://coyunturaeconomica.com/microeconomia/pequenas-empresasen-usa>

HERNÁNDEZ Santipieri, R., MÉNDEZ Valencia, S., MENDOZA Torres, C. P., & CUEVAS Romo, A. (2017). *Fundamentos de la Investigación* (Primera ed.). México: McGraw Hill. <https://explorable.com/es/fundamentos-de-la-investigacion>

HERNÁNDEZ, R., & MENDOZA, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México D.F.: Mc Graw Hill Education <https://explorable.com/es/fundamentos-de-la-investigacion>

JL Consultores. (14 de septiembre de 2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. *Gestión - Empresas*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenes-noticia/?ref=gesr>

LÓPEZ, D. C. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Posgrado). Universidad Católica de Santiago Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

LÓPEZ Bejarano, J. M. (24 de agosto de 2017). Mala atención al cliente es la principal queja que recibe el sistema financiero. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/finanzas/mala-atencion-al-cliente-es-la-principal-queja-que-recibe-el-sistema-financiero-2539743>

LÓPEZ Lemos, P. (2016). *Herramientas para la mejora de la Calidad, Métodos para la mejora continua y la solución de problemas* (Primera ed.). Madrid, España: FUNDACIÓN CONFEMETAL.

MATEOS, D. (2018). Atención básica al cliente (MF1329_1). Málaga, ES: IC Editorial. Retrieved from <http://www.ebrary.com>

MEJÍAS Acosta, A., GODOY Durán, E., & PIÑA Padilla, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. 21(40). <https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/libro-herramientas-para-la-mejora-de-la-calidad-curso-unit.pdf>

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO. INFORMACIÓN GENERAL - REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (REMYPE). Recuperado el 17 de marzo del 2018 <http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541&tip=9>

MURILLO Moreno, L. (2018). *Fundamentos del Servicio al Cliente*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina. https://www.unir.net/wp-content/uploads/2017/04/Investigacion_innovacion.pdf

NAVARRO Asencio, E., JIMÉNEZ García, E., RAPPOPORT Redondo, S., & THOILLIEZ Ruano, B. (2017). *Fundamentos de la Investigación y la Innovación Educativa* (Primera ed.). Logroño, La Rioja, España: Universidad Internacional de La Rioja, S. A.

PHILCO Baca, M. M. (2020). *Gestión por procesos para mejorar el servicio al cliente en una Empresa de Soluciones Modulares*. Tesis de Posgrado, Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. <https://www.zenvia.com/es/blog/todo-sobre-el-servicio-al-cliente-que-es-la-importancia-y-los-principios/#:~:text=Es%20fundamental%20que%20el%20servicio,de%20la%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente.>

PINCAY Morales, Y. M., & PARRA Ferié, C. (2020). Quality management in customer service for marketing SMEs. A look at Ecuador. 6(3). Doi: DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>

RAMÍREZ, J. (2017). Importancia del ciclo de servicio en las mypes y microempresas

familiares.<https://www.administracion.usmp.edu.pe/revistadigital/numero3/importancia-del-ciclo-de-servicio-en-las-mypes-y-microempresasfamiliares/>

RODRÍGUEZ, C. (2016). Manual. Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio. Madrid: CEP S.L.

ROJAS Martínez, C., NIEBLES Núñez, W., PACHECO Ruíz, C., & HERNÁNDEZ Palma, H. (agosto de 2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *31(4)*, 221-232.

ROS, A. (2016). Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual. (Tesis de Postgrado). Universidad Católica de San Antonio, Murcia, España

SALAZAR, C., & Del CASTILLO, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Universidad Central de Ecuador.

SALAZAR Yépez, W., & CABRERA Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. *19(2)*, 13-20. Doi: <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>

SALAZAR, W., & Cabrera, C. (julio-diciembre de 2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, *19(2)*, 13-20.

SÁNCHEZ, T. (2018). Estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente en la estación Grifo Sport, La Victoria - 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú.

SILVA, L. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México.

Revista Scielo.org, 15 (2)

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085

SOLÍS, H. (2017). Mejora en la calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos. Universidad Norbert Weiner, ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD. Lima, Perú: Universidad Norbert Wiener

SÁNCHEZ Cipriano, D. O. (2019). *La calidad del servicio y su relación con la atención al cliente en la Empresa América Móvil, Huancayo, 2018*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2798/DANI%20OCTAVIANA%20SANCHEZ%20CIPRIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Conclusi%C3%B3n%3A%20Con%20el%20estudio%20se,M%C3%B3vil%2C%20CAC%20Huancayo%2C%202018>.

TALAVERA, E. (2018). Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementarun-sistema-de-gestion-de-calidad>

VILLALBA, S. (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant y sugerencias de mejora. Quito, Ecuador.

VILLALBA, S. (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

VILLALOBOS, M. Y. (2017). Estrategias de calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa K'Ricos, Pimentel 2017. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Chiclayo, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Declaratorias de autenticidad (autores y asesor)

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, BEDOYA CABRERA WILBERT WALDIR, LÓPEZ CUEVA, ROLANDO FREDY estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN UN CENTRO RECREACIONAL. CHIMBOTE, 2022", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Rolando Fredy López Cueva
DNI: 32953522
ORCID: 0000-0002-1583-7546

Wilbert Waldir Bedoya Cabrera
DNI: 70524146
ORCID: 0000-0002-9309-6130

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VARGAS SAGÁSTEGUI, JOEL DAVID, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN UN CENTRO RECREACIONAL. CHIMBOTE, 2022", cuyos autores son BEDOYA CABRERA WILBERT WALDIR, LÓPEZ CUEVA, ROLANDO FREDY, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Mg. Vargas Sagástegui, Joel David
ORCID: 0000-0003-0411-8164

Anexo 2: Autorización para el uso de datos de la empresa



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

AUTORIZACION

Conste por la presente el VIVERO FORESTAL DE CHIMBOTE, con Ruc. **20147264543** Representada por su administrador Pascual Izaguirre sabino , con dirección panamericana norte S/N, **AUTORIZA** a Rolando Fredy Lopez Cueva y Wilbert Waldir Bedoya Cabrera con 70524146 estudiantes del décimo ciclo de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo sede Chimbote, a realizar la investigación titulada: **Gestión de la Calidad para mejorar el Servicio de Atención al Cliente en un Centro Recreacional. Chimbote, 2022.**; pudiendo recolectar datos de la empresa, aplicar instrumentos de recolección de datos.

Se expide la presente constancia para los fines que considere los interesados.

Atentamente,

Panamericana Norte s/n – Frente a la Urbanización Laderas del Norte y los Pinos
Página Web: <http://www.viveroforestal.org> Email: correo@obispadodechimbote.org
Telf. 043 347731 - CHIMBOTE – PERU

Autorización de Publicación en Repositorio Institucional

Nosotros, BEDOYA CABRERA WILBERT WALDIR, LÓPEZ CUEVA, ROLANDO FREDY, identificados con DNIS N° DNI: 70524146, 32953522 (respectivamente) estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD y de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, autorizamos (X), no autorizamos () la divulgación y comunicación pública de nuestra Tesis: "GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN UN CENTRO RECREACIONAL. CHIMBOTE, 2022".

En el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, según está estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Chimbote, 28 de Setiembre del 2022

Rolando Fredy López Cueva
DNI: 32953522
ORCID: 0000-0002-1583-7546

Wilbert Waldir Bedoya Cabrera
DNI: 70524146
ORCID: 0000-0002-9309-6130

Anexo 4: Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión de la calidad para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional – Chimbote, 2021				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cómo la gestión de la calidad mejoraría el servicio de atención al cliente de un centro recreacional?	Aplicar la gestión de la calidad, para mejorar el servicio de atención al cliente de un centro recreacional	La aplicación de la gestión de la calidad, mejora el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.	VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de la Calidad	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN: Cuantitativa DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Pre-experimental POBLACIÓN Todo el personal, la infraestructura, los recursos diversos, los servicios que ofrece del Centro Recreacional y los clientes que lo visitan, MUESTRA El personal, la infraestructura, los recursos diversos del servicio de la laguna artificial y los clientes que lo utilizan. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Entrevista (Cuestionario) Encuesta (Cuestionario) Análisis Documentario (Lista de Cotejo) Observación (Lista de Cotejo)
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Dimensiones: - Orientado al cliente - Liderazgo - Compromiso de los Trabajadores - Gestión basado en procesos	
	Describir los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional		VARIABLE DEPENDIENTE: Servicio de atención	
	Describir los factores de la gestión de calidad que afectan el servicio de atención de un centro recreacional		Dimensiones: - Tangible - Confiabilidad - Capacidad de respuesta - Garantía - Empatía	
	Aplicar la gestión de la calidad para mejorar los factores que afectan el servicio de atención al cliente de un centro recreacional.			

Anexo 5: Matriz de operacionalización de variables

Tabla 26: Operacionalización de Variables

VARIABLES		Definición Conceptual	Definición Operacional	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Independiente	Gestión de la calidad	Según Barrios, Burneo y Lizarzaburu (2018, p.79), es un sistema de gestión que busca atender las demandas de los clientes internos y externos, considerando todos los recursos necesarios en los diferentes procesos a través de la mejora continua.	La gestión de la calidad comprende todas las actividades predefinidas para ser ejecutadas y controladas, con el objetivo de atender las necesidades tanto propias como la de sus clientes.	Orientado al cliente	Nivel de Orientación al cliente	Ordinal
				Liderazgo	Nivel de Liderazgo	Ordinal
				Compromiso de los trabajadores	Nivel de Compromiso de los trabajadores	Ordinal
				Gestión basado en Procesos	Nivel de la Gestión basada en Proceso	Ordinal
Variable Dependiente	Servicio de atención	Para Murillo (2018; p.9), es un proceso mediante el cual se determina la conexión o relación con el cliente, al establecer diversas herramientas a su disposición para lograr satisfacer sus demandas o exigencias con respecto al producto o servicio ofrecido.	El servicio de atención se define como una colección de estrategias que desarrolla una empresa para lograr su objetivo principal y operativo como es el de conducir a la empresa al mercado.	Tangible (condiciones de las instalaciones y equipos. Uniformes)	Nivel del servicio de atención con respecto a la Tangibilidad	Ordinal
				Confiabilidad (ofrece servicio de forma exacta, segura y consistente)	Nivel del servicio de atención con respecto a la Confiabilidad	Ordinal
				Capacidad de Respuesta (brinda el servicio puntualmente: información, reclamos, etc)	Nivel del servicio de atención con respecto a la Capacidad de Respuesta	Ordinal
				Garantía (Conocimiento y cortesía. Transmite seguridad)	Nivel del servicio de atención con respecto a la Garantía	Ordinal
				Empatía (atención personalizada y cuidadosa al cliente)	Nivel del servicio de atención con respecto a la Empatía	Ordinal

Fuente: Elaborado por los investigadores

Anexo 6: Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA – PERSONAL DEL CENTRO RECREACIONAL

Por favor, responda las preguntas de manera verdadera y objetiva, marcando con una “equis” la respuesta que considere. La información es confidencial y reservada; y serán utilizadas con fines de investigación. Se agradece su colaboración.

Apellidos y Nombre: _____

Cargo: _____

Tiempo de servicio en el cargo: _____

Gestión de la Calidad

Nro.	Pregunta	Respuesta	
		SI	NO
1	¿Considera que su líder o jefe inmediato, tiene conocimientos profesionales y técnicos adecuados para indicarle a usted lo que debe hacer?		
2	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, tiene experiencia profesional suficiente como para indicarle a usted lo que tiene que hacer?		
3	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, maneja adecuadamente estrategias que lo orientan a usted en el desarrollo de sus actividades?		
4	¿Considera usted, que su líder o jefe inmediato, lo motiva en el desarrollo de sus actividades o labores?		
5	¿Considera que el centro recreacional, proporciona algún tipo de incentivo para que ustedes realicen mejor su trabajo?		
6	¿Usted mismo se da motivaciones para desarrollar sus actividades de la mejor forma?		
7	¿Considera usted que el logro de los objetivos de sus tareas, guarda relación con el esfuerzo que usted realiza?		
8	¿La organización le brinda a usted todos los recursos que necesita para realizar sus actividades para que pueda cumplir con sus objetivos?		
9	¿La organización le ofrece un clima laboral adecuado donde usted puede desarrollar sus actividades sin dificultades?		
10	¿Usted siente algún tipo de identidad o se siente identificado con la organización?		
11	¿El centro recreacional, le permite capacitarse o le brinda capacitaciones para que usted realice mejor su trabajo?		

12	¿Conoce usted de las condiciones y de los requerimientos del trabajo que realiza?		
13	¿Considera que los servicios que recibe de parte del centro recreacional, le ayudan a desarrollar bien su trabajo y cumplir con sus objetivos?		
14	¿Conoce usted cuales son los estándares de calidad de los procesos que se realizan en su área?		
15	¿Considera usted que el diseño de los procesos es adecuado para ofrecer un buen servicio y satisfaga a los clientes?		
16	¿Existe, algún tipo de control de los procesos que realiza, que garanticen los resultados?		
17	¿Los procesos que realiza, se analizan periódicamente, para buscar como mejorarlos?		
18	¿Considera que el servicio que usted brinda es apreciado por su líder o jefe inmediato?		
19	¿Se realizan mediciones sobre el nivel del servicio de atención, respecto al trabajo que usted realizó?		
20	¿Se analizan los resultados del nivel del servicio de atención de su área?		

ENCUESTA – CLIENTES DEL CENTRO RECREACIONAL

Por favor, responda las preguntas de manera veraz y objetiva, marcando con una “equis” la respuesta que usted considere. La información es confidencial y reservada; y serán utilizadas con fines de investigación. Se agradece su colaboración.

Servicio de atención

Nro.	Pregunta	Respuesta	
		Si	No
1	¿Las instalaciones de los diferentes servicios son seguros?		
2	¿Las instalaciones de los diferentes servicios están en buen estado?		
3	¿En el centro recreacional hay suficientes carteles informativos y de señalización?		
4	¿Los carteles del centro recreacional están en buen estado?		
5	¿Los servicios higiénicos, son limpios?		
6	¿Los servicios higiénicos, están en buen estado?		
7	¿Existen bancas y sillas cómodas y en buen estado para el descanso de los clientes?		
8	¿La atención de los servicios es correcta, es decir, sin errores?		
9	¿La atención de los servicios, respeta el orden o turno correspondiente?		
10	¿En la atención de los servicios no hay discriminación?		
11	¿La atención de los servicios es rápida?		
12	¿Los problemas que se presentan en los servicios de atención, se resuelven inmediatamente?		
13	¿El personal del centro recreativo está todo el tiempo en su puesto de trabajo para atender los servicios?		
14	¿El personal del centro recreativo que lo atendió, le inspiró confianza?		
15	¿El personal del centro recreativo que lo atendió demostró conocimiento de los servicios que se ofrecen?		
16	¿El personal del centro recreativo lo atendió con amabilidad y respeto?		
17	¿El personal del centro recreativo lo orientó y atendió sus solicitudes con precisión?		
18	¿El personal del centro recreativo es tolerante?		

LISTA DE COTEJO PARA EL ANÁLISIS DOCUMENTARIO

Los investigadores revisarán y analizarán los documentos, de acuerdo con la siguiente lista de cotejo.

Documento	Existe		Se Actualiza		Observación
	Si	No	Si	No	
1. Catálogo de los servicios que ofrece					
2. Guía detallada de los servicios que ofrecen					
3. Los procesos de los servicios que ofrecen, están documentados					
4. Registro de las ventas por servicio y generales por día, semana y mensual					
5. Registro de los trabajos de mantenimiento de los servicios que se ofrecen					
6. Registro de las actividades de capacitación o entrenamiento al personal de la empresa					
7. Registro de las incidencias de los trabajadores, diario, semanal y mensual					
8. Registro de las incidencias de los servicios que se ofrece, diario, semanal y mensual					
9. Registro de las incidencias de los equipos o máquinas de los servicios que se ofrece, diario, semanal y mensual					
10. Registro de las incidencias de los clientes que usan los servicios, diario, semanal y mensual					
11. Libro de reclamaciones					

LISTA DE COTEJO PARA LA OBSERVACIÓN

El equipo de investigación revisará y analizará las instalaciones y los elementos que se utilizan para ofrecer los diversos servicios, de acuerdo con la lista de cotejo siguiente.

Documento	Existe		Se Actualiza		Observación
	Si	No	Si	No	
1. Los servicios que se ofrecen se identifican con facilidad					
2. Los servicios que se ofrecen están delimitados					
3. Hay señalización de información y seguridad en las áreas donde se ofrecen los servicios					
4. Las zonas de seguridad, están debidamente señalizadas					
5. Las rutas o caminos dentro de las instalaciones del centro recreacional, son adecuadas y están a la vista.					
6. Hay personal de seguridad en las instalaciones					
7. El personal del centro recreacional, está debidamente vestido e identificado					
8. El personal del centro recreacional emplea EPP's					
9. Los EPP's que utiliza el personal del centro recreacional está en buen estado					
10. El estado de las instalaciones, es adecuado y seguro					
11. Se utiliza medidas y recursos de protección en los servicios que lo requieran					
12. Existe un tópico para emergencias o primeros auxilios					

Anexo 7: Validación de los instrumentos de recolección de datos

Constancia de validación

Yo **CARMEN CECILIA ARCE PRIETO**, con DNI 70791752, Ingeniero **INDUSTRIAL** de profesión. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación de instrumento el cuestionario que será aplicado a *(indicar el lugar o grupo a los que va dirigido)*

	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción del ítem			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Observaciones:

Calificación del Ing. CARMEN CECILIA ARCE PRIETO

Criterio de validez	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente	<u>Total</u> parcial
Congruencia de ítems	1	2	3	4	4
Amplitud del contenido	1	2	3	4	4
Redacción de ítems	1	2	3	4	3
Claridad y precisión	1	2	3	4	3
Pertinencia	1	2	3	4	3
TOTAL					17


Firma
CIP 213684

Constancia de validación

Yo **JOEL DAVID VARGAS SAGÁSTEGUI**, con DNI 17825517, Ingeniero **INDUSTRIAL** de profesión. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación de instrumento el cuestionario que será aplicado a *(indicar el lugar o grupo a los que va dirigido)*

	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción del ítem				X
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Observaciones:

Calificación del Ing. JOEL DAVID VARGAS SAGÁSTEGUI

Criterio de validez	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente	<u>Total</u> parcial
Congruencia de ítems	1	2	3	4	4
Amplitud del contenido	1	2	3	4	4
Redacción de ítems	1	2	3	4	4
Claridad y precisión	1	2	3	4	3
Pertinencia	1	2	3	4	3
TOTAL					18


 Firma
 CIP 48252

Constancia de validación

Yo **MARCO ALEXANDER ÁLVAREZ FIGUEROA**, con DNI 70190970, Ingeniero **INDUSTRIAL** de profesión. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación de instrumento el cuestionario que será aplicado a *(indicar el lugar o grupo a los que va dirigido)*

	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de ítems				X
Amplitud de contenido			X	
Redacción del ítem				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Observaciones:

Sin observaciones

Calificación del Ing. MARCO ALEXANDER ÁLVAREZ FIGUEROA

Criterio de validez	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente	<u>Total</u> parcial
Congruencia de ítems	1	2	3	4	4
Amplitud del contenido	1	2	3	4	3
Redacción de ítems	1	2	3	4	4
Claridad y precisión	1	2	3	4	4
Pertinencia	1	2	3	4	4
TOTAL					19


 Firma
 CIP-254224

CONSOLIDADO DE CALIFICACIONES DE EXPERTOS

Consolidado de la calificación de expertos de la Entrevista

Nombre del experto	Calificación de validez	% Calificación
Ing. Carmen Cecilia Arce Prieto	17	85 %
Ing. Joel David Vargas Sagástegui	18	90 %
Ing. Álvarez Figueroa Marco Alexander	19	95 %
Calificación	18	90 %

Fuente: Elaborado por los investigadores

Escala de validez del instrumento Entrevista

Escala	Indicador
0.00 - 0.53	Validez nula
0.54 - 0.59	Validez baja
0.60 - 0.65	Valida
0.66 - 0.71	Muy valida
0.72 - 0.99	Excelente validez
1	Validez perfecta

Fuente: Universidad César Vallejo

Anexo 8: Figuras varias

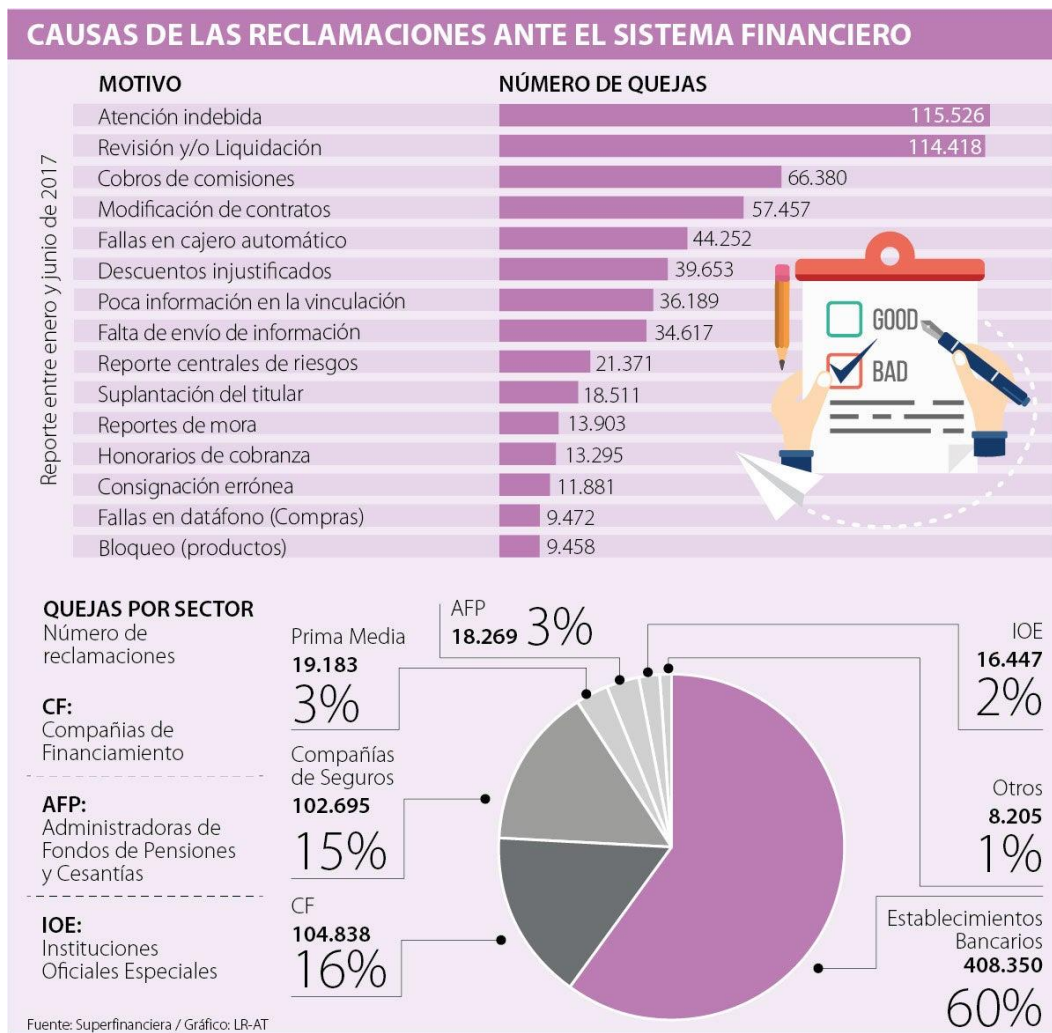


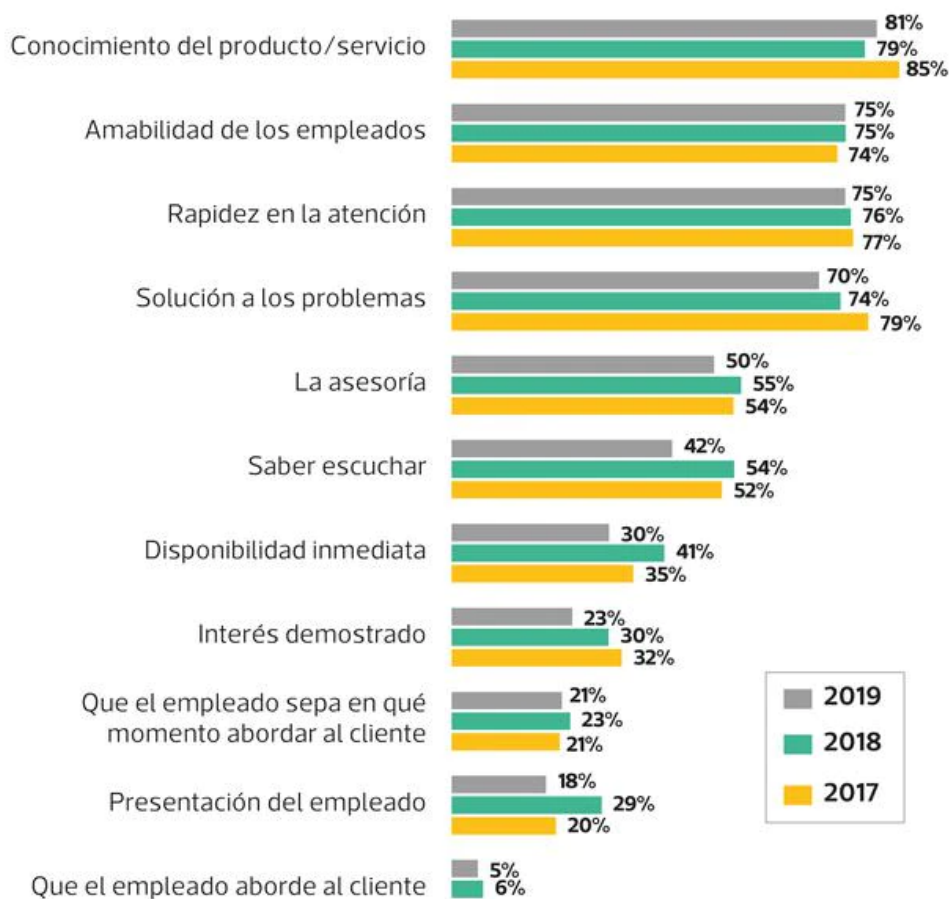
Figura 31: Causas de reclamos por mal servicio a los clientes

Fuente: Diario la República

Aspectos relevantes en el servicio



¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe reunir un buen servicio y atención al cliente?



FUENTE: GRM

Figura 32: Causas más relevantes de dificultades para dar buen servicio

Fuente: Diario la República

Anexo 9: Ventas de entradas 2019 (mayo y junio)

Tabla 27: Venta de entradas mayo y junio de 2019

Mes	Semana	Día	Fecha	Entradas	Reclamos
Mayo	Semana 1	Martes	30/04/2019	52	1
		Miércoles	1/05/2019	356	1
		Jueves	2/05/2019	26	1
		Viernes	3/05/2019	86	0
		Sábado	4/05/2019	455	7
		Domingo	5/05/2019	629	4
		Semana 2	Martes	7/05/2019	48
	Miércoles		8/05/2019	54	0
	Jueves		9/05/2019	51	1
	Viernes		10/05/2019	162	3
	Sábado		11/05/2019	552	4
	Domingo		12/05/2019	701	6
	Semana 3	Martes	14/05/2019	56	1
		Miércoles	15/05/2019	45	0
		Jueves	16/05/2019	31	0
		Viernes	17/05/2019	101	2
		Sábado	18/05/2019	650	6
		Domingo	19/05/2019	719	4
	Semana 4	Martes	21/05/2019	26	1
		Miércoles	22/05/2019	35	1
		Jueves	23/05/2019	42	0
Viernes		24/05/2019	81	2	
Sábado		25/05/2019	723	5	
Domingo		26/05/2019	812	7	
Semana 5	Martes	28/05/2019	60	0	
	Miércoles	29/05/2019	43	0	
	Jueves	30/05/2019	35	0	
	Viernes	31/05/2019	94	3	
	Sábado	1/06/2019	572	7	
	Domingo	2/06/2019	768	6	
Junio	Semana 6	Martes	4/06/2019	29	0
		Miércoles	5/06/2019	59	0
		Jueves	6/06/2019	63	2
		Viernes	7/06/2019	172	3
		Sábado	8/06/2019	534	2
		Domingo	9/06/2019	677	9
		Semana 7	Martes	11/06/2019	63
	Miércoles		12/06/2019	56	0
	Jueves		13/06/2019	40	0
	Viernes		14/06/2019	116	1
	Sábado		15/06/2019	619	4
	Domingo		16/06/2019	725	8

Fuente: Elaborado por los investigadores

Anexo 10: Ventas de entradas 2022 (abril, mayo y junio)

Tabla 28: Venta de entradas mayo y junio de 2022

Mes	Semana	Día	Fecha	Entradas	Reclamos	
Abril	Semana 1	Martes	26/04/2022	48	0	
		Miércoles	27/04/2022	52	0	
		Jueves	28/04/2022	64	1	
		Viernes	29/04/2022	234	1	
		Sábado	30/04/2022	438	5	
		Domingo	1/05/2022	571	1	
		Mayo	Semana 2	Martes	3/05/2022	50
Miércoles	4/05/2022			49	0	
Jueves	5/05/2022			50	0	
Viernes	6/05/2022			243	1	
Sábado	7/05/2022			661	1	
Domingo	8/05/2022			548	3	
Semana 3	Martes			10/05/2022	41	0
	Miércoles		11/05/2022	36	1	
	Jueves		12/05/2022	53	2	
	Viernes		13/05/2022	179	1	
	Sábado		14/05/2022	551	2	
	Domingo		15/05/2022	673	1	
	Semana 4		Martes	17/05/2022	41	0
Miércoles			18/05/2022	62	0	
Jueves			19/05/2022	34	0	
Viernes			20/05/2022	122	2	
Sábado			21/05/2022	513	2	
Domingo			22/05/2022	607	1	
Semana 5			Martes	24/05/2022	63	0
	Miércoles		25/05/2022	58	0	
	Jueves		26/05/2022	52	2	
	Viernes		27/05/2022	218	0	
	Sábado		28/05/2022	581	2	
	Domingo		29/05/2022	537	3	
	Junio		Semana 6	Martes	31/05/2022	36
Miércoles				1/06/2022	46	0
Jueves				2/06/2022	53	0
Viernes				3/06/2022	283	0
Sábado				4/06/2022	586	1
Domingo		5/06/2022		695	2	
Semana 7		Martes		7/06/2022	64	0
		Miércoles	8/06/2022	57	0	
		Jueves	9/06/2022	38	1	
		Viernes	10/06/2022	119	3	
		Sábado	11/06/2022	541	0	
		Domingo	12/06/2022	597	2	

Fuente: Elaborado por los investigadores

Política de Calidad

El centro recreacional “Vivero forestal” de la ciudad de Chimbote es un centro de esparcimiento familiar, administrada por la Diócesis de Chimbote, que busca que las familias que la visitan pasen un agradable e inolvidable fin de semana.

Somos una organización que se basa en el principio del amor y la unidad de la familia cristiana y humana, comprometidos con el ofrecimiento de servicios de calidad, para el bienestar de los trabajadores y sus familias, así como también la de los visitantes, la comunidad y población de la región, con el interés de lograr la satisfacción de los clientes y las partes interesadas, por medio de las siguientes normas:

- ✓ La buena Imagen institucional, está sustentada en la calidad de los servicios que ofrecemos.
- ✓ El centro recreacional Vivero Forestal se enfoca en la consolidación de los servicios que se ofrecen.
- ✓ El Personal de la institución está calificado y listo para atender las necesidades y expectativas de los clientes.
- ✓ Se propicia un clima laboral que propicie una fluida comunicación interna, formación y sensibilización adecuadas, que permitan alcanzar el bienestar en el personal, la satisfacción del cliente, la protección del medio ambiente y la seguridad y salud ocupacional de todos.
- ✓ Realizar convenios con algunas organizaciones para ofrecer mayores beneficios a los clientes.
- ✓ Las operaciones del centro recreacional se sustentan en la mejora continua para garantizar un desempeño eficaz para el crecimiento institucional.
- ✓ Se utiliza de manera eficiente y eficaz los recursos con los que se cuenta para un adecuado manejo financiero que garantice la sostenibilidad de la institución.

El Obispado de Chimbote garantiza todos los recursos que sean necesarios, para que la administración del centro recreacional Vivero Forestal tenga una adecuada gestión de las directrices establecidas y las declara como obligatorio, por tanto, su estricto cumplimiento, tanto para colaboradores, contratistas, proveedores y partes interesadas, que estén bajo nuestro control, con el objetivo de garantizar la eficacia, conveniencia y el desempeño de la institución.

Anexo 12: Hoja de Inspección

Hoja de Inspección

Área o instalación: _____

Responsable: _____

Inspector: _____

Fecha: _____

Observación	Hora de la inspección	Conforme	No conforme
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Firma del Inspector

Lista de verificación del estado de los servicios higiénicos

Este servicio es tercerizado, y se decidió así para ofrecer un mejor servicio, sin embargo, los clientes han indicado a través de la encuesta que falta limpieza. Para verificar esta situación, se preparó un formulario para realizar un muestreo de observación de conformidad del estado de limpieza de los servicios higiénicos, que se muestra en la hoja de inspección



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VARGAS SAGASTEGUI JOEL DAVID, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de la Calidad para mejorar el Servicio de Atención al Cliente en un Centro Recreacional. Chimbote, 2022", cuyos autores son LOPEZ CUEVA ROLANDO FREDY, BEDOYA CABRERA WILBERT WALDIR, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido de 14.00%, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHIMBOTE, 20 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VARGAS SAGASTEGUI JOEL DAVID DNI: 17825517 ORCID 0000-0003-0411-8164	Firmado digitalmente por: VSAGASTEGUIJD el 26- 07-2022 14:29:32

Código documento Trilce: TRI - 0356528