



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“Efecto de la implementación de un programa de mejora en el Proceso de servicio de atención al cliente en la Empresa V&T Servicios Generales SRL de la Ciudad de Cajamarca 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración**

**AUTORAS:**

Bach. Cercado Sánchez Idulvina

Bach. Cercado Sánchez Maritza

**ASESORA:**

Ing. María Elena Vera Correa

Cajamarca – Perú

2016

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS</b> .....	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>V</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XI</b>
<b>CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.4. LIMITACIONES .....	3
1.5. OBJETIVOS .....	3
1.5.1. <i>Objetivos General</i> .....	3
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
<b>CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
2.1. ANTECEDENTES .....	5
2.2. BASES TEÓRICAS.....	10
2.2.1. <i>El Servicio</i> .....	10
2.2.2. <i>Características del Servicio</i> .....	11
2.2.3. <i>Dimensiones del Servicio al Cliente</i> .....	12
2.2.4. <i>Atención al Cliente</i> .....	12
2.2.5. <i>Importancia del cliente</i> .....	13
2.2.6. <i>La Organización y servicio al Cliente</i> .....	13
2.2.7. <i>Proceso</i> .....	14

2.2.8. <i>La Gestión por Procesos</i> .....	14
2.2.9. <i>Elementos y factores de un proceso</i> .....	15
2.2.10. <i>Mejora continua de los procesos</i> .....	16
2.2.11 <i>El ciclo de mejora continua</i> .....	16
2.2.12. <i>Valor del Capital Humano</i> .....	18
2.2.13. <i>Herramientas para la mejora de procesos</i> .....	18
2.2.14. <i>Protocolo</i> .....	23
2.2.15. <i>Programas</i> .....	23
2.3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA V&T SERVICIOS GENERALES S.R.L .....	26
<b>CAPITULO 3. HIPÓTESIS</b> .....	<b>29</b>
3.1. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	29
3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	29
<b>CAPITULO 4. INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>31</b>
4.1. TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	31
A) DISEÑO DE ESTUDIO:.....	31
4.2. MATERIAL DEL ESTUDIO.....	31
4.2.1. UNIDAD DE ESTUDIO.....	31
4.2.2. POBLACIÓN.....	32
4.2.3. MUESTRA. ....	32
4.3. TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS.....	32
4.3.1. PARA RECOLECTAR DATOS. ....	32
4.3.2. <i>Instrumentos</i> . ....	32
4.3.3. PARA ANALIZAR LA INFORMACIÓN.....	32
<b>CAPITULO 5. RESULTADOS</b> .....	<b>35</b>
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	40
5.2.1 <i>Objetivo Específico 01</i> .....	41

5.2.3. <i>Objetivo Específico 02</i> .....	42
5.2.4. <i>Objetivo Específico 03</i> .....	43
5.2.4.1 <i>Programa de Mejora de Procesos de Atención al cliente</i> .....	43
5.2.5. <i>Resultados: Objetivo Específico 04</i> .....	47
<b>CAPITULO 6. DISCUSIÓN</b> .....	<b>53</b>
<b>CAPITULO 7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>56</b>
<b>CAPITULO 7. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>57</b>
<b>CAPITULO 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>58</b>
<b>ANEXOS:</b> .....	<b>61</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA Nº 1</b> MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE 2.....	<b>30</b>
<b>TABLA Nº 2</b> ESCALA VALORATIVA DEL INSTRUMENTO PRE TEST Y POS TEST DEL PROGRAMA DE MEJORA EN EL PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA "V &T SERVICIOS GENERALES SRL. .....	<b>35</b>
<b>TABLA Nº 3</b> COMPARACIÓN DE LOS PUNTAJES OBTENIDOS EN EL GRUPO DE ESTUDIO PRE TEST Y POST TEST DEL PROGRAMA DE MEJORA EN EL PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA "V &T SERVICIOS GENERALES SRL. ....	<b>35</b>
<b>TABLA Nº 4</b> COMPARACIÓN DE LA DIMENSIÓN CALIDAD ATENCIÓN PRE TEST Y POST TEST DEL PROGRAMA DE MEJORA EN EL PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA "V &T SERVICIOS GENERALES SRL. ....	<b>37</b>
<b>TABLA Nº 5</b> COMPARACIÓN DE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS DE LOS CLIENTES DEL PROGRAMA DE MEJORA EN EL PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA "V &T SERVICIOS GENERALES SRL. ....	<b>38</b>
<b>TABLA Nº 6</b> RESUMEN PARA EL GRUPO DE ESTUDIOS DE LA MEJORA DE ATENCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA V&T .....	<b>39</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA Nº 1</b> FASES DE UN PROCESO DE DISEÑO .....	<b>20</b>
<b>FIGURA Nº 2</b> ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	<b>28</b>
<b>FIGURA Nº 3</b> COMPARACIÓN DE LOS PUNTAJES OBTENIDOS EN EL GRUPO DE ESTUDIO PRE TEST Y POST TEST DEL PROGRAMA DE MEJORA EN EL PROCESO DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA "V & T SERVICIOS GENERALES SRL.....	<b>36</b>
<b>FIGURA Nº 4</b> TAMBIÉN PODEMOS VISUALIZAR ESTA DIFERENCIA DE PUNTAJES PROMEDIOS.....	<b>39</b>
<b>FIGURA Nº 5</b> DIAGRAMA DE OPERACIONES Nº1: IDENTIFICACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA V&T .....	<b>45</b>
<b>FIGURA Nº 6</b> DIAGRAMA DE OPERACIONES Nº 2 PROPUESTA DE SOLUCIONES DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	<b>46</b>
<b>FIGURA Nº 7</b> PLAN OPERATIVO V&T SERVICIOS GENERALES SRL 2016 .....	<b>47</b>
<b>FIGURA Nº 8</b> GASTOS DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA 2016 DE LA EMPRESA V&T SERVICIOS GENERALES SRL .....	<b>49</b>
<b>FIGURA Nº 9</b> DIAGRAMA DE OPERACIONES Nº 3 LOS RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA DE SERVICIO AL CLIENTES.....	<b>50</b>

## RESUMEN

La aplicación del programa de mejora de procesos en el servicio de atención al cliente tiene como objetivo la optimización de los mismos en términos de incremento de la calidad, de la satisfacción del cliente, aumento de la producción, reducción de costos, Dicha mejora debe ser continua ya que busca el perfeccionamiento global de una empresa y del desempeño de sus procesos.

El estudio fue realizado en la empresa V&T Servicios Generales SRL Cajamarca, se midió a través de un T de Student pareada la misma que consistió cruzar los resultados del pre test con el post test, luego de la aplicación de mejora de procesos.

Este programa conllevó a la elaboración de un plan con acciones concretas y específicas en dos dimensiones, luego fue ejecutado para finalmente recoger los resultados de dicha aplicación.

El pre test y post test estuvieron conformados por 11 ítems. Tales instrumentos permitieron evaluar en el proceso de servicio de atención al cliente en la aplicación del programa Los ítems se clasificaron en dos dimensiones calidad de atención y capacidad para solucionar problemas de los clientes.

El resultado referente a la dimensión calidad de atención al cliente se consideran que existe una buena calidad de atención en la empresa estudiada. En la dimensión capacidad para solucionar problemas de los clientes el resultados de esta dimensión consideran los clientes que existe una elevada capacidad para solucionar los problemas de los usuarios que acuden a la empresa.

Palabras claves: proceso de mejora, calidad, cliente.

## ABSTRACT

It application of the program of improves of processes in the service of attention to the customer has as objective the optimization of them same in terms of increase of the quality, of the satisfaction of the customer, increase of it production, reduction of costs, such improves must be continuous since seeks the improvement global of a company and of the performance of their processes.

The study was performed in the company V & T services General SRL Cajamarca, was measured through a T of Student paired thereof which was crossing the results of pre test post test, after the application of process improvement.

This program led to the elaboration of a plan with actions concrete and specific in two dimensions, then was executed for finally collect the results of such application.

The pre test and post test were formed by 11 items. Such instruments allowed evaluate in the process of service of attention to the client in the application of the program them items are classified in two dimensions quality of attention and capacity to solve problems of them customers.

He result relating to the dimension quality of attention to the customer is considered that there is a good quality of attention in the company studied. In the dimension capacity to solve problems of them customers the results of this dimension considered them customers that there is a high capacity for solve them problems of them users that come to the company.

Words key: process of improvement, quality, customer.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## CAPITULO 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bonilla et alii. (2012). Manual de Gestión y Mejora de Porcesos Folleto 5.

Recuperado el 06 de Noviembre de 2016, de  
Euskalit.net:<http://euskalit.net>

Bonilla, Elsie, Díaz, Bertha, Kleeberg, Fernando y Noriega María Teresa (2010). Mejora continua de los procesos: herramientas y técnicas. Primera Edición. Lima: Fondo Editorial Universidad de Lima.

Berry, L.L. y Parasuraman, A. (2003). Craracteristicas de un Servicio. Edición un nuevo campo académico: el caso de Servicios de Marketing. Diario de venta por menor, 69 (1), 13-60.

Camacho, Ricardo. (2008) ¿Qué es un proceso? – Definiciones y elementos. Consulta: 0 3 de julio de 2016. Material de enseñansa.<http://blog.pucp.edu.edu.pe/index.php?itemid=19744?>

Chang, Richard (2006). Las Herramientas para la mejora continua de la Calidad. Volumen 2. Buenos Aires: Editorial Granica.

Chase, Richard, Alquilano, Nicholas Y Jacobs, Robert. (2000). La Mejora Continua. Administración de producción y operaciones: Manufactura y servicios. Octava edición. Colombia: McGraw-Hill..

De La Cruz, Juan. (2008). Gestión de calidad. Sistemas y modelos (segunda parte). Material de enseñanza. Consulta: 05 de junio de 2016. <<http://www.mailxmail.com/curso-calidad-gestion/gestion-calidad-procesos-gestion-calidad-clasificacion>> Española, L. R. (2001). La calidad .

Guajardo, Edmundo (2006). Herramientas para una mejora de procesos. Lista de Verificación. *Administración de la Calidad Total: Conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad*. Segunda edición. México, D.F: Editorial Pax.

- keller, K. &. (2012). La Sociedad Americana para la Calidad. Dirección de Marketing 14 edición. Pearson Educación, Mexico 2012. ISBN 978-607-32-1245-8 Área Administración.
- Krajewski, Lee (2008). Mejora Continua de los Procesos. *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Quinta edición. MéxicoD.F.: Editorial Pearson Educación.
- Krajewsky. (2008). La mejora Continua: Lista de Verificación. *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Quinta edición. MéxicoD.F.: Editorial Pearson Educación.
- L.a Calle. (2008). Gestión Integral de Calidad. *Gestión por Procesos*. Cuarta edición. Madrid: ESIC.
- laCalle. (2008). Diseño de un Proceso. *Gestión por Procesos*. Cuarta edición. Madrid: ESIC.
- lascurian. (2012). Diagnóstico y propuesta de mejora de la calidad en el servicio de una empresa de Unidades de Energía Eléctrica . México D.F.
- Méndez Gómez, J. D. (2009). Diseño del sistema de gestión de la calidad en los requisitos de la norma ISO 9001:2008. Universidad Javeriana.
- Nova, O. R. (s.f.). (<http://es.slideshare.net/oscarreyesnova/mapa-de-procesos-13253063>). Recuperado el Agosto de 2016
- Pérez. A. (2010). Proceso. Guía Metodológica para proyectos de investigación. Venezuela, fondo editorial de Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL).
- Singh, Sarv. (1997) *Control de calidad total. Claves, metodologías y administración para el éxito*. Primera edición. México: McGraw-Hill. Singh. (1997). El ciclo de la mejora continua / Etapa de planear.

Stanton, E. &. (2000). El Servicio. *Conceptos y Herramientas para la mejora continua*.  
Primera edición. México, D.F: Editorial Limusa, S.A DE C.V. Grupo Noriega  
Editores.

TESIS - Análisis, Formulación Y Elaboración Del Modelo De Atención Al Cliente Del  
Departamento De Gestión De Infraestructura CODENSA S.A ESP. Página 27.  
Características de un proceso.

Walter, R. (2014). Relación entre calidad de los procesos administrativos y el nivel de  
efectividad de la gestión administrativa. UPN, Cajamarca.

[www.cursoslinea.conevyt.org.mx/cursos/mi\\_negocio/html\\_clientes.html](http://www.cursoslinea.conevyt.org.mx/cursos/mi_negocio/html_clientes.html). (s.f.). Atención al  
cliente / Importancia del Cliente.