

UNIVERSIDAD PERUANA UNION
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**Mejora en la gestión de calidad de servicios en la empresa de
transporte M&J Corporation.P S.R.L Ate - Lima 2018**

Por:

Marleni Roxana Fabián Santos

Asesor:

Mg. Néstor Roger Apaza Apaza

Lima, julio de 2018

DECLARACIÓN JURADA
DE AUTORÍA DEL INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Mg. Roger Néstor Apaza Apaza, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: **"MEJORA EN LA GESTION DE CALIDAD DE SERVICIOS EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE M&J CORPORATION.P S.R.L"** constituye la memoria que presenta la **Bachiller Marleni Roxana Fabián Santos**, para aspirar al título de Profesional de Licenciado, Administración y Negocios Internacionales ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en *Lima*, a los 08 de julio del 2018.



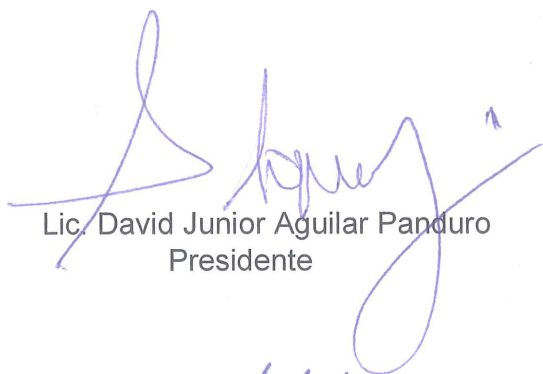
Mg. Néstor Roger Apaza Apaza

"Mejora en la gestión de calidad de servicios en la empresa de
transporte M&J Corporation.P S.R.L"

INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Presentada para optar el título profesional de licenciado en
Administración y Negocios Internacionales.

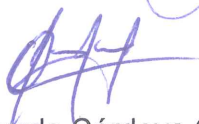
JURADO CALIFICADOR



Lic. David Junior Aguilar Panduro
Presidente



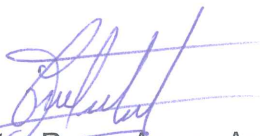
Mg. Karina Elizabeth Paredes Abanto
Secretaria



Dr. Luis Eduardo Córdova Carranza
Vocal



Lic. Lizardo Vásquez Villanueva
Vocal



Mg. Néstor Roger Apaza Apaza
Asesor

Ñaña, 20 de julio de 2018

Dedicatoria

A Eusteria, mi madre por su apoyo, ejemplo de fuerza y valentía. A William mi hijo, quien es mi motivo de cada día.

Agradecimiento

A Dios por otorgarme todas sus bendiciones para realizar este informe de suficiencia laboral.

Al asesor Mg. Roger Néstor Apaza Apaza por su paciencia y enseñanza para la elaboración de este informe de suficiencia laboral.

Al Sr. Mitchael Poma Romero gerente general de la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L., por su apoyo y comprensión para hacer posible este informe de suficiencia laboral.

A los profesores de la Universidad Peruana Unión por sus enseñanzas para mejorar mi vida profesional y también espiritual por inculcar el amor a Dios.

Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Tabla de contenidos.....	vii
Resumen.....	ix
Capítulo I.....	10
Contexto Profesional.....	10
1.1. Trayectoria profesional	10
1.2. Contexto de la experiencia.....	11
1.3. Datos generales de la empresa.	12
1.3.1. Razón social.	12
1.3.2. Visión.	12
1.3.3. Misión.	12
1.3.4. Objetivos.....	13
1.3.5. Valores.....	13
1.3.6. Organización.	13
1.3.7. Experiencia profesional realizada.....	14
Capítulo II.....	15
El Problema.....	15
2.2. Objetivos.....	16
2.2.1. Objetivo general.	16
2.2.2. Objetivos específicos.	16
2.3. Justificación	16
2.4. Presuposición filosófica.....	18
Capítulo III	20
Revisión de la Literatura.....	20
3.1. Antecedentes de la investigación.....	20
3.1.1. Antecedentes internacionales.....	20
3.1.2. Antecedentes nacionales.....	23
3.2. Fundamentos teóricos.....	24
3.2.1. Calidad.	24

3.3.2. La calidad en las organizaciones de servicio	24
3.3. Modelos de calidad:	26
3.3.1. Modelo de Malcolm Baldrige.	26
3.3.2. Modelo de SERVQUAL.	29
3.3.3. Modelo de Demming	31
3.4. Servicio	32
3.4.1. Características de los servicios.....	32
Capítulo IV.....	33
Marco metodológico.....	33
4.1. Método para el abordaje de la experiencia	33
4.2. Lugar de ejecución y temporalidad.....	34
4.3. Población y muestra de la empresa	34
4.4. Operacionalización de la temática abordada.....	35
4.5. Desarrollo de la temática abordada.....	36
Capítulo V	37
Resultados.....	37
5.1 Nivel de calidad de servicio de los aspectos tangibles.....	37
5.2 Nivel de calidad de servicio con respecto de fidelidad.	37
5.3. Nivel de calidad de servicio con respecto a capacidad de respuestas.....	38
5.4. Nivel de calidad de servicio con respecto a la seguridad.....	39
5.5. Nivel de calidad de servicio con respecto a la empatía.	39
5.6. En conclusión, según el diagnóstico de los resultados.	40
5.7. Propuesta de mejora de la calidad de servicio.	41
Capítulo VI.....	44
Conclusiones y Recomendaciones.....	44
6.1. Conclusiones.....	44
6.2. Recomendaciones	45
Referencias	46
Anexos	47

Resumen

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como propósito desarrollar la propuesta de la calidad de servicio otorgado al cliente basado en el modelo de SERVQUAL aplicando las 5 dimensiones aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L..

El estudio por su naturaleza es de carácter descriptivo propositivo, por qué parte de una situación problemática descrita a través de un diagnóstico, cuya información es usado para proponer soluciones a los problemas hallados y sustentados con teorías diferentes. Para ello se tomó como población y muestra para el recojo de información a 22 personas conformado por los clientes externos de la empresa M&J Corporation.P S.R.L como muestra poblacional de carácter no pro balístico.

Los resultados obtenidos resaltan que solo el 35% de los encuestados perciben que la calidad de servicio otorgada es buena. Como conclusión, se llegó a establecer la necesidad de desarrollar propuestas para mejorar la calidad de servicio en la empresa.

Palabras clave. Calidad de servicio, empatía, seguridad, capacidad de respuesta.

Summary

The purpose of this professional proficiency work is to develop the proposal for the quality of service provided to the client based on the SERVQUAL model by applying the five dimensions of tangible aspects, reliability, responsiveness, security and empathy in the transportation company M&J Corporation.P S.R.L..

The study by its nature is of a descriptive, proactive nature, because it starts from a problematic situation described through a diagnosis, whose information is used to propose solutions to the problems found and supported by different theories. To this end, 22 people were taken as a population and shown for the collection of information, consisting of the external clients of the company M & J Corporation.P S.R.L as a non-pro-ballistic population sample.

The results obtained show that only 35% of respondents perceive that the quality of service provided is good. As a conclusion, it was established the need to develop proposals to improve the quality of service in the company.

Keywords. Quality of service, empathy, security, responsiveness.

Capítulo I Contexto

Profesional

1.1. Trayectoria profesional

En el 2013 se laboró como asistente administrativo en la empresa de transporte Valentín & Valentino S.A.C, después de 2 meses se asumió el cargo de coordinador de transporte cumpliendo las funciones de:

- Supervisar y Gestionar el servicio de transporte de materiales.
- Realizar la programación de unidades y participar en la asignación de vehículos a los frentes de trabajo.
- Control de documentación de equipos y conductores.
- Participación en la validación del proveedor de servicios y seguimiento.
- Revisión de las valorizaciones de servicios.
- Manejo de caja chica.

Los logros obtenidos en la empresa de transporte Valentín & Valentino S.A.C fue la homologación con una importante entidad minera, a consecuencia de ello en el año 2015 la empresa realizó la compra de 5 unidades remolcadores de 3 ejes.

En el 2016 se ingresó a laborar a la empresa de transporte Carhuamayo Cargo S.A.C. en la coordinación de transporte las funciones realizadas fueron.

- Supervisar la flota propia y subcontratada, así como administrar y organizar los recursos destinados a soportar las operaciones.
- Realizar las cotizaciones de los diversos servicios.
- Informar los servicios realizados al mes.
- Atender a los distintos clientes.
- Realizar la operación del servicio de transporte.

Como logro obtenido fue la movilización de maquinarias sobredimensionadas desde Arequipa hasta Lima con 100% de efectividad.

En el 2017 se ingresó a laborar en la empresa de transporte Cargo Express Rodrigo David S.A.C. en el área de operaciones, las funciones que realizaba fueron.

- Realizar las cotizaciones de los diversos servicios.
- Informar los servicios realizados al mes.
- Atender a los distintos clientes.

El logro obtenido fue lograr la homologación con una importante constructora del país y ganar el contrato por dos años.

En la actualidad laboro en M&J Corporation P.S.R.L una empresa de transporte especializado en maquinaria sobre dimensionado en el área comercial. La empresa cuenta con la fortaleza de poseer unidades propias de gran envergadura como Modulares, cama cunas, cama baja, plataformas especiales dicha fortaleza en una ventaja ya que me permite manejar proyectos de mayor envergadura algunas de las funciones y objetivos a desarrollar son:

- Implementar una nueva base de datos de clientes potenciales.
- Participar en las diferentes licitaciones.
- Enviar cotizaciones a los diferentes clientes.
- Evaluar las necesidades de los clientes.
- Evaluar la atención recibida del cliente.
- Después de ser aceptado la cotización realizar seguimiento del servicio hasta su terminación.

El logro obtenido en 7 meses es obtener un contrato con una importante empresa especializada en brindar servicios de exploración, desarrollo, preparación y explotación de yacimientos mineros, así como en gestionar operaciones mineras.

1.2. Contexto de la experiencia

El presente informe de suficiencia laboral se desarrolló en la empresa M&J CORPORATION.P S.R.L con R.U.C 20477826271, empresa de transporte de

carga terrestre a nivel nacional, que cuenta con su oficina principal en Car. Parcela 10650 Km.14 PJ Gloria baja – Ate- Lima.

Cuenta con más de 10 años de experiencia en el rubro de transporte. Somos especialistas en transporte de maquinaria y material diverso a nivel nacional. Contamos con unidades Modulares, palotes, cama cunas, cama bajas, plataformas, rebatibles, plataformas extensibles, furgones de 2 a 15tn, camión baranda de 2tn y camionetas pick up. Todas las unidades cuentan con permiso para trasladar MATPEL. Así mismo se encuentran protegidos bajo una póliza de seguro de carga de US\$ 1'000,000.00 por traslado de maquinaria y de US\$ 500,000.00 por traslado de material diverso por evento.

Se realiza servicios de maniobra de carga y descarga de todo tipo de maquinaria o equipos. Así mismo ofrece un área de 2000 m² para ser tomados como un almacén temporal esto como valor agregado a nuestro servicio.

1.3. Datos generales de la empresa.

1.3.1. Razón social.

M&J CORPORATION.P S.R.L.

1.3.2. Visión.

Ser la empresa líder en el servicio de transporte vía terrestre de maquinaria sobredimensionada, material peligroso e IQBF caracterizado por la seguridad y calidad de sus servicios con responsabilidad social.

1.3.3. Misión.

Ofrecer un servicio de alta calidad en el transporte de carga sobredimensionada, matpel e IQBF. Contamos como principios básicos salvaguardar la salud y vida de nuestros colaboradores y personal involucrado en nuestras actividades, responsabilidad social, así como la atención personalizada, con eficiencia y responsabilidad asegurando brindar un servicio de calidad para superar las expectativas de los clientes.

1.3.4. Objetivos.

Consolidarnos como una empresa líder en el mercado nacional.

Ser una empresa con responsabilidad social trabajando para un bien común.

1.3.5. Valores.

- a) Respeto
- b) Responsabilidad
- c) Seguridad
- d) Responsabilidad social

1.3.6. Organización.

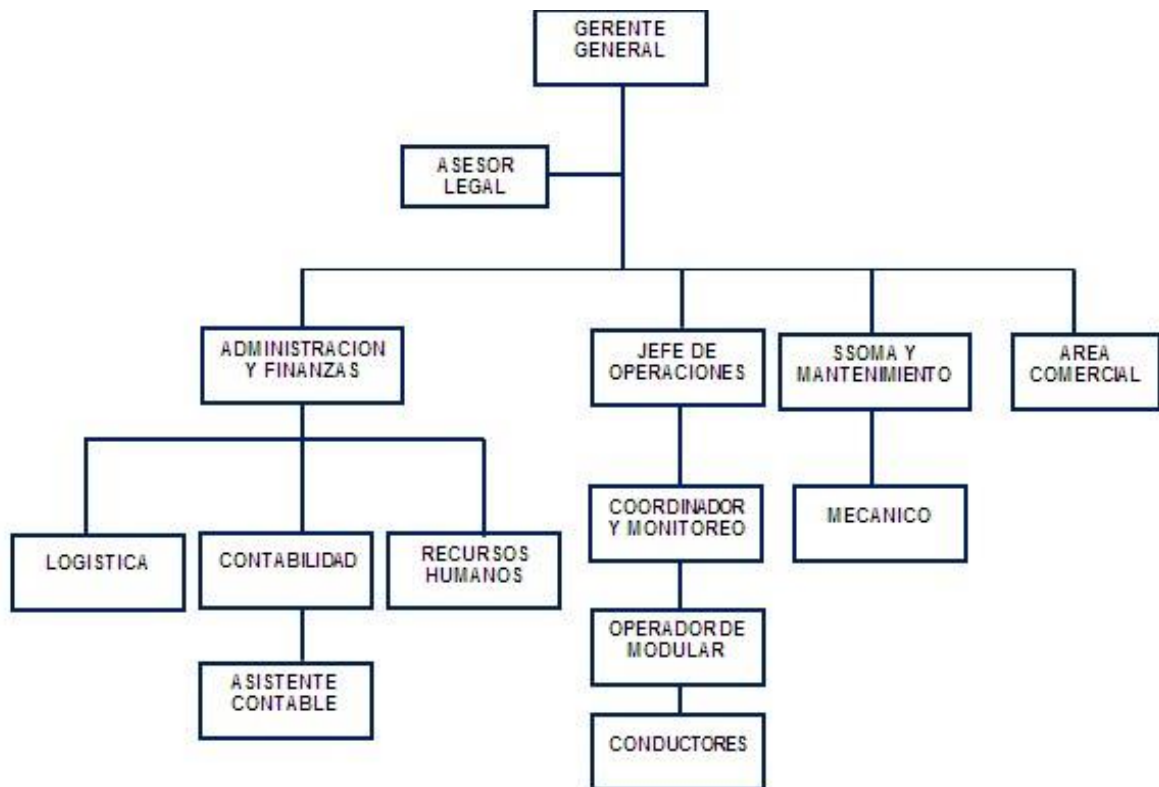


Figura 1, Organigrama de la empresa de transporte M&J Corporation. P S.R.L. MOF de la empresa.

1.3.7. Experiencia profesional realizada.

Como asistente administrativo se implementó formatos para el mejorar el control de caja chica como vales de consumo, hoja de rendición.

Como coordinadora de transporte se logró mejorar los servicios en las empresas de transporte logrando aumentar las ventas y realizar distintos proyectos de traslado de mercadería vía terrestre a nivel nacional, se implementó un sistema para el mejor control de documentos de unidades (Soat, revisiones técnicas, pólizas de seguro, etc.).

Como ejecutivo comercial se desarrolló proyectos de movilización de carga sobredimensiona a distintas mineras y empresas constructoras. Con el trabajo de investigación se implementó un cuestionario de evaluación de calidad de servicio a los clientes para implementar planes de mejora.

Capítulo II

El Problema

2.1. Identificación del problema

Evans y Lindsay (2008), indica que, para todos los tipos de organizaciones, la calidad es absolutamente vital para conservar clientes, mantener la rentabilidad y aumentar la participación en el mercado. De tal manera la empresa obtiene mayor ingreso y mayor demanda de servicios. En la actualidad y con la coyuntura que está atravesando el país, existe poca inversión para los diferentes proyectos afectando ello a diversas empresas que ofrecen servicios de venta de productos y servicios y el área de transporte en este caso no es ajeno a ello por lo expuesto es primordial otorgar una buena calidad de servicio hacia nuestros clientes para mantenerlos y lograr los objetivos deseados. La empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L no es ajena a esta problemática en el último periodo se observó:

- ✓ La pérdida de clientes potenciales por consecuencia de mala atención.
- ✓ Falta del escucha activa.
- ✓ Deficiencia en el área de operaciones
- ✓ Desconocimiento del llenado de guías
- ✓ Falta de capacitación al personal.

Los problemas mencionados generan mala atención al cliente generando demoras en el servicio de transporte y generando malestar a los clientes otorgando mala imagen de la empresa y dando oportunidad al cliente de buscar otros proveedores de transporte.

Izquierdo (2017), en su blog de consecuencias de mala atención al cliente menciona algunos efectos que ocasiona la mala atención al cliente: Pérdida de clientes alrededor del 80% de los compradores manifiestan que no volverían a comprar en un establecimiento si la atención al cliente fuera deficiente. Dificulta la obtención de nuevos clientes, ya que los clientes insatisfechos nos recomiendan de

Manera negativa con otros clientes. Se tendrá mal ambiente laboral, tras un área se encuentran personas con sentimientos, susceptibles de verse afectados por un exceso de dificultades. Un departamento que no tiene objetivos claros genera trabajadores estresados, descontentos, sin ganas de ir a trabajar. Y por último, la mala atención al cliente genera pérdidas económicas.

A partir de lo mencionado anteriormente y con la finalidad de mejorar la calidad de servicio a los clientes externos se realizó el trabajo de investigación.

2.2. Objetivos.

2.2.1. Objetivo general.

Desarrollar la propuesta de la calidad de servicio otorgado al cliente bajo el modelo de SERVQUAL en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.

2.2.2. Objetivos específicos.

- Medir la calidad de servicio en la dimensión de aspectos tangibles en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.
- Medir la calidad de servicio en la dimensión de fiabilidad en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.
- Medir la calidad de servicio en la dimensión de capacidad de respuesta en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.
- Medir la calidad de servicio en la dimensión de seguridad en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.
- Medir la calidad de servicio en la dimensión de empatía en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L.
- Proponer actividades de mejora de la calidad de servicios en las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL.

2.3. Justificación

El presente informe de suficiencia enmarca en la calidad de servicio al cliente considerando que es vital importancia que toda empresa garantice la

Satisfacción de sus clientes y supere sus expectativas obteniendo como resultado el éxito empresarial.

Asimismo, busca lograr que los clientes consideren a M&J Corporation.P S.R.L. como una empresa “referente”. Al momento de hacer una comparación puedan tener bien posicionada nuestra marca y además que esta diferenciación planteada sea difícil de igualar.

Al mejorar nuestra calidad de servicio se busca un bien común mejorando el clima laboral ya que los colaboradores no se sentirán presionados por posibles quejas tampoco por deficiencia de servicios.

A nivel empresarial se mejorará una mayor participación de mercado. Teniendo en cuenta que cada vez existen mayor cantidad de empresas de transporte según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC):

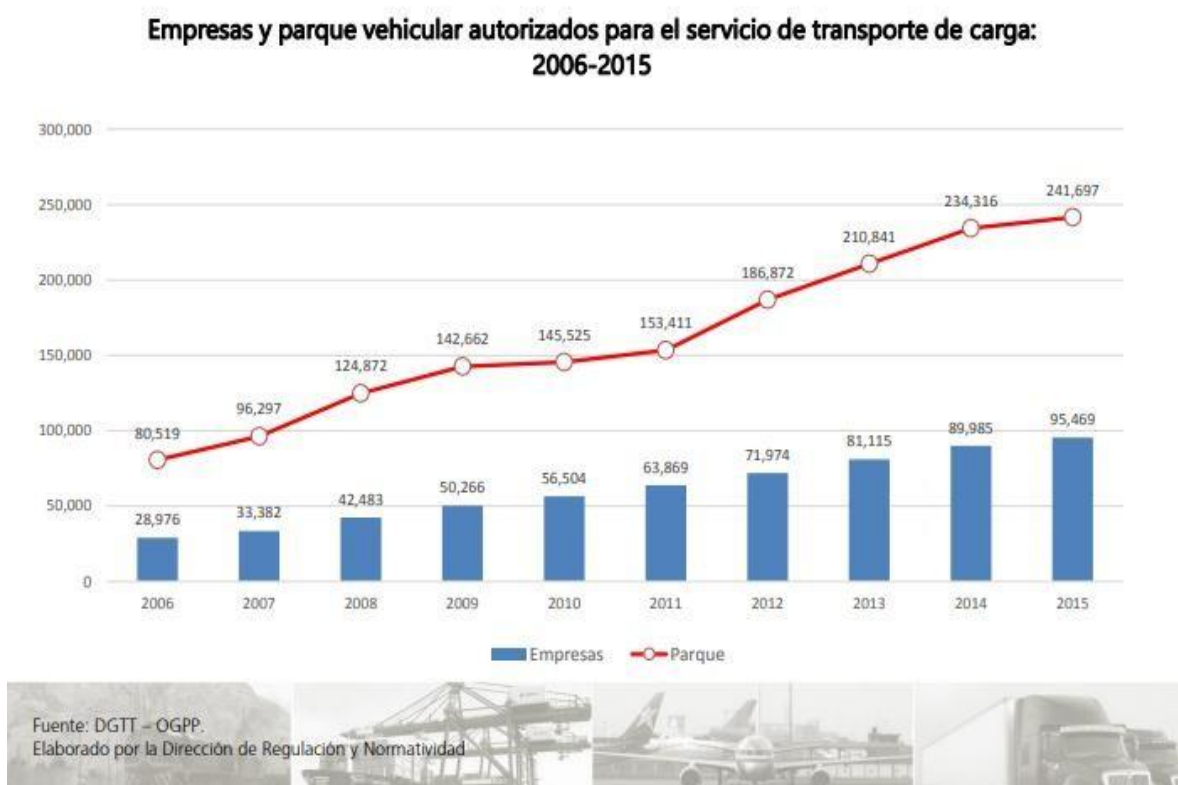


Figura 2, Empresas de transporte autorizado a nivel nacional. Según informe del MTC.

Es por ello la importancia de otorgar un servicio de calidad a los clientes para diferenciarnos de la competencia y formar lazos comerciales a largo plazo. Siempre buscando la excelencia en nuestros servicios basados en la calidad.

En la actualidad se encuentran inscritos 32,171 empresas de transporte en Lima segun Fuentes del ministerio de transporte y comunicaciones (MTC), por el cual se tiene que formar estrategias para consolidarnos como líderes en el mercado. Una de ellas es mejorar nuestra calidad de servicio.

La finalidad del presente informe de suficiencia es presentar propuestas para mejora de la calidad de servicio en la empresa M&J Corporation.P S.R.L. realizado bajo el modelo de SERVQUAL.

Departamento	Empresas	%	% Acumulado
Lima	32,171	45.68%	45.68%
Arequipa	6,825	9.69%	55.37%
La Libertad	5,971	8.48%	63.84%
Lambayeque	4,342	6.16%	70.01%
Junin	3,653	5.19%	75.20%
Piura	3,133	4.45%	79.64%
Cuzco	2,248	3.19%	82.84%
Ica	1,916	2.72%	85.56%
Cajamarca	1,502	2.13%	87.69%
Tacna	1,451	2.06%	89.75%
Puno	1,401	1.99%	91.74%
Huánuco	938	1.33%	93.07%
Ayacucho	866	1.23%	94.30%
Madre de Dios	774	1.10%	95.40%
San Martín	617	0.88%	96.27%
Ucayali	538	0.76%	97.04%
Apurímac	500	0.71%	97.75%
Tumbes	459	0.65%	98.40%
Ancash	325	0.46%	98.86%
Moquegua	298	0.42%	99.28%
Amazonas	278	0.39%	99.68%
Pasco	223	0.32%	100.00%
Huancavelica	3	0.00%	100.00%
Total Nacional	70,432	100.00%	

Cuadro 1. Porcentaje de empresas de transporte constituidas por regiones / Fuente MTC.

2.4. Presuposición filosófica.

El trabajo de suficiencia profesional se enmarca dentro del contexto filosófico bíblico cristiano. Romanos 12:22 indica “Y cesen de amoldarse este sistema de cosas; más bien, transfórmense rehaciendo su mente...”. Es decir, no estar inmerso en lo cotidiano, en una zona de confort caso contrario cada día debe ser un nuevo reto para buscar mejora continua en todo ámbito personal y profesional anulando cualquier temor que ocasiona los cambios.

Las empresas deberían buscar la excelencia en la calidad de servicio siempre para llegar al éxito empresarial. Por otro lado, White (1981). Indica que: El secreto de nuestro éxito en la obra de Dios se hallará en el trabajo armonioso de nuestro pueblo. Debe haber acción concentrada. Todo miembro del cuerpo de Cristo debe desempeñar su parte en la causa de Dios, de acuerdo con la capacidad que Dios le ha dado. Debemos avanzar juntos para vencer obstrucciones y dificultades, hombro con hombro, y corazón con corazón. Si los cristianos actuaran de concierto, avanzando como un solo hombre, bajo la dirección de un solo Poder, para la realización de un solo propósito, conmoverían al mundo.

Por otro lado, Colosenses 3:23 es más enfático todavía al mencionar “Y todo lo que hagáis, hacedlo de corazón, como para el Señor y no para los hombres” este enunciado lleva al concepto que todo servicio debe ser calidad como para con Dios.

Capítulo III

Revision de la Literatura

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes internacionales.

Para fundamentar el informe de suficiencia profesional se procedió a analizar y direccionar con estudios realizados como antecedentes:

Luque, (2015) en su estudio proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015 cuyo objetivo general fue demostrar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015 el diseño que se utilizó en la investigación fue de tipo no experimental, correlacional, no experimental porque se observaron situaciones existentes dentro de la empresa mencionada, las cuales no fueron provocadas intencionalmente y correlacional, porque se determina la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio. La población del estudio se constituyó por 70 empleados que laboran en dicha empresa entre conductores y cobradores usaron una sola técnica de encuesta con instrumentos de cuestionario estructurado y los métodos de análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva ya que esta se dedica a analizar y representar los datos por medio de tablas, gráficos y/o medidas de resumen. El resultado de la investigación es existe una relación positiva alta entre las dos variables. Y finalmente como sugerencias informa que se debe fomentar un plan para motivar e incentivar y capacitar al personal de la empresa la cual permita mejorar la calidad de servicio que brinda al usuario y con ello generar una buena imagen y posición en el mercado. Se debe fortalecer óptimas relaciones entre el personal de la empresa y los usuarios a fin de afianzar el compromiso institucional y desarrollar labores que fortalezcan las relaciones interpersonales.

Reyes, (2014). En su estudio Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango. 40. Sus Objetivos de estudio es Verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango. Metodología: Para los clientes se determinó una muestra; por lo que se aplicó la siguiente fórmula según Del Cid, Méndez y Sandoval (2011). $n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$ Donde: n : tamaño de la muestra Z: nivel de confianza elevado al cuadrado p: probabilidad de éxito q: probabilidad de fracaso e: error muestra al cuadrado N: población Conclusión: Es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo.

Lascurain, (2012). En su investigación Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida. Sus Objetivos de estudio: Diagnosticar los principales factores que tienen influencia sobre la calidad del servicio de la empresa, para establecer una propuesta de mejora viable que incremente la satisfacción y lealtad de los clientes. Metodología: Se encuentra bajo el enfoque cualitativo, la recolección de datos consistirá en obtener la perspectiva y puntos de vista de los clientes de la empresa. Conclusión: Otorgo una propuesta de mejora de la calidad en el servicio: enfoque de procesos, capacitación del personal, educar al cliente, diferenciación, paquete de bienes y servicios, actividades de mercadeo, diseño de cotizaciones, logística, manejo de quejas.

García, (2016). En su estudio Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de productos de transmisión de potencia. Indica que sus objetivos de estudio: Proponer indicadores clave de calidad del servicio al cliente en la empresa manufacturera de productos de

transmisión de potencia (PTP) que le permitan conocer el grado de satisfacción de sus clientes. Metodología: el método de recolección de datos mediante encuestas aplicadas a los clientes de PTP. Estuvo conformado por 22 preguntas cerradas con multi respuestas, desarrolladas en el modelo SERQUAL, a través de las cuales los resultados nos permitirán identificar y cuantificar las 5 brechas que determinan el grado de satisfacción de los clientes, asimismo las percepciones y expectativas de los mismos. Conclusión: La evaluación del servicio por parte de los clientes nos indica que ellos esperan más de lo que reciben, ya que en todas las dimensiones del servicio como lo son la tangibilidad, fiabilidad, seguridad, etc. Las expectativas superaron a las percepciones significativamente. Se define y propone algunos indicadores de gestión en el servicio al cliente, tratando de cubrir todos los elementos que de acuerdo al modelo SERVQUAL y a las debilidades del servicio, integran un servicio de calidad.

Abad, (2014). En su trabajo titulado Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros Guayaquil. Los objetivos de estudio fueron: Analizar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la ciudad de Guayaquil para incrementar el nivel de ventas de la organización. Metodología: Modalidad de investigación descriptiva – analítica, de campo, para analizar los acontecimientos de cómo fueron atendidos los asegurados en la empresa, que tan satisfactoria fue su experiencia con el nivel de servicio ofertado. Conclusión: Se evidencio deficiencias en calidad de servicio y cultura organizacional, causas que estén influyendo en el incumplimiento en un 80% de la producción emitida con relación al presupuesto establecido para el año 2013. Se observa mucha demora en contestar la atención del cliente. Otro error es que la empresa no aplica métodos de evaluación a su personal que permita comprobar el desempeño con el que desarrollan sus funciones, lo que genera en los empleados una percepción de bienestar por lo que no buscan la mejora constante.

Herrera, (2008). En su trabajo de investigación Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa. Donde sus objetivos de estudio: Era mejorar el funcionamiento interno e incrementar las ventas de la empresa refaccionaria master motor, a través de la implantación de un sistema de gestión de la calidad con base en la norma ISO 9001:2000. Metodología: Se realizó un

análisis cuantitativo. Tipo de estudio exploratorio y descriptivo, ya que era necesario conocer detalladamente el funcionamiento de la organización y así poder relacionar algunas variables. Este estudio se caracteriza también por ser prospectivo y longitudinal. Conclusión: Las debilidades de la organización se centran en el tipo de gestión, ya que, se tienen deficiencias en el proceso administrativo que es utilizado actualmente, estas se observan específicamente en las etapas de planeación, organización, dirección, control y personal. En este sentido la empresa no planifica, ni cuenta con una organización definida, además de caracterizarse por la falta de aplicación de teorías de motivación y un tipo de liderazgo autocrático. No cuenta con programas de formación y desarrollo, debido al desinterés en recursos humanos. No existen indicadores de desempeño algún tipo de control necesario para asegurar el cumplimiento de objetivos. La comunicación interna se realiza de manera verbal, creando así confusiones y olvidos entre el personal de la empresa. En cuanto al recurso humano, no se ha determinado la competencia del personal. Los requisitos para seleccionar al trabajador han sido establecidos con base en el criterio del gerente, estos son, la edad, la experiencia y la necesidad de cubrir rápidamente la vacante, es así que a pesar de que el prospecto no cumpla con los requisitos necesarios, puede llegar a ser contratado.

3.1.2. Antecedentes nacionales.

Coronel, (2016). Objetivos de estudio: Determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza – Lima 2016. Metodología: Se utilizó la observación directa y la encuesta. El método de investigación que utilizamos para el presente trabajo de investigación es el método deductivo e inductivo. Conclusión: Si existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut.

3.2. Fundamentos teóricos

3.2.1. Calidad.

La calidad de servicio es un tema primordial para mantener la relación a largo plazo entre cliente y proveedor y llevar al éxito a la empresa.

Al respecto Vargas, y Aldana de Vega, (2007) indica que “La calidad es la búsqueda permanente de la perfección en el servicio, en el producto y en los seres humanos. Para ello se necesita de la participación, la responsabilidad, la perfección y el espíritu del servicio”.

Por otro lado, Camisón, Cruz y González (2006) indican que el concepto de calidad como excelencia puede conducir a olvidar que la calidad debe reflejarse siempre en las ventas, la satisfacción y la fidelización de la clientela, en el fortalecimiento de la posición competitiva y en el incremento de la rentabilidad.

Nebrera (2018) indica que un producto de calidad es aquel que satisface las expectativas del cliente al menor coste y calidad es hacer las cosas bien a la primera.

3.3.2. La calidad en las organizaciones de servicio

Arias (2018), informa que el interés por la calidad de los servicios obedece a la orientación de las organizaciones hacia la filosofía de la excelencia, la cual permite potenciar la fidelidad de los clientes, incrementar el número de nuevos clientes, tener más oportunidades para el desarrollo institucional, mejorar la reducción de costes y optimizar la imagen institucional, fortaleciendo la permanencia de sus miembros.

Cantú, (2011) Calidad todas las cualidades con que cuenta un producto – o un servicio- para ser de utilidad a quien lo emplea. La calidad total se concreta en 22 temas siguientes, según análisis de tesis y diferentes autores:

- a. Compromiso de alta administración – Liderazgo. la administración debe de comprometerse a ejercer un liderazgo efectivo mediante la puesta en práctica de un sistema de administración por calidad total.
- b. Equipos de mejoramiento de calidad. Para incrementar el nivel de conciencia de los empleados sobre la calidad, se debe de alentar un cambio de cultura mediante el estudio de temas relacionados con ella través del trabajo en equipo. Medir la calidad de productos y servicios, y realizar auditorías al sistema de calidad para, mediante el trabajo en equipo, corregir los problemas y en consecuencia mejorar la calidad.
- c. Medición de la calidad.
- d. Corrección de la calidad.
- e. El comité de la calidad
- f. Capacitación y educación
- g. Objetivos de calidad
- h. Prevención de errores
- i. Reconocimiento y recompensa
- j. Crecimiento con rentabilidad
- k. Conocimiento de mercados y clientes
- l. Planeación estratégica
- m. Cultura de calidad
- n. Enfoque total de sistemas
- o. Administración de la información
- p. Políticas de calidad
- q. Constancia y propósito para la competitividad
- r. Métodos de supervisión
- s. Diseño de productos y procesos
- t. Control del proceso
- u. Relación con proveedores
- v. Auditoria o evaluación al sistema de calidad.

Los principios, descritos a continuación, son creencias y comportamientos arraigados, encontrados en las organizaciones de alto desempeño. Son además, la base para integrar requerimientos operativos y de desempeño en un marco orientado hacia la obtención de resultados, lo que, a su vez, crea una base para la

acción y la retroalimentación. El Modelo de Excelencia está basado en el siguiente conjunto interrelacionado de valores y principios centrales:

1. Enfoque en los resultados y en la creación de valor.
2. Excelencia enfocada hacia el cliente.
3. Visión de liderazgo.
4. Dirección por hechos.
5. Valoración de los empleados y de los socios.
6. Aprendizaje organizacional, personal y mejora continua.
7. Desarrollo de las asociaciones.
8. Responsabilidad social y buen hacer ciudadano.
9. Agilidad y respuestas rápidas.
10. Enfoque en el futuro.
11. Perspectivas en sistemas.

3.3. Modelos de calidad:

3.3.1. Modelo de Malcolm Baldrige.

Eije (2011), En 1987. Surgió en Estados Unidos, el modelo sirve como base para desarrollar autoevaluaciones de las organizaciones y así entregar información del estado de las mismas. Ayuda a mejorar las prácticas de gestión, ayuda a la comunicación y sirve como herramienta de trabajo para la planificación y entrega finalmente otorga oportunidades de aprendizaje.

Es una guía hacia la excelencia, diseñado para ayudar a las organizaciones a usar un enfoque integrado para la gestión del desempeño organizacional para mejorar la eficacia y capacidades de toda la organización, proporcionando valor a los clientes y grupos de interés, contribuyendo a la sostenibilidad y gestión del conocimiento de la organización.

El modelo se basa en un sistema de liderazgo, planificación estratégica y un enfoque hacia el cliente y mercado.

Se fundamenta en el liderazgo hacia el cliente en el apoyo a la organización; en la medición de índices y parámetros y en el benchmarking como forma de mantener la ventaja competitiva de la organización.

El modelo Baldrige utiliza 7 criterios para evaluar la calidad y la excelencia organizacional.

a. Liderazgo: En este criterio se evalúa la forma en que la alta dirección dirige y hace sostenible a la organización. Además, evalúa el gobierno de la organización y la manera en que se abordan las responsabilidades éticas, legales y las referidas a la comunidad. Los subcriterios son Liderazgo de alta dirección, buen gobierno y responsabilidad social.

b. Planeamiento estratégico: Este criterio examina la manera en que la organización desarrolla objetivos estratégicos y planes de acción. También evalúa la forma en la que los objetivos estratégicos y planes de acción definidos Son desplegados, modificados (si es requerido) y medidos en su progreso. Los subcriterios son desarrollo de Estrategias, despliegue de estrategias.

c. Orientación hacia el cliente y el mercado: En este criterio se evalúa como la organización determina los requerimientos de los clientes y de los mercados. Además examina la manera en la organización desarrolla relaciones con los clientes y determina los factores claves para lograr la satisfacción y retención de los clientes, así como la expansión y sostenibilidad del negocio. Los subcriterios es conocimiento del Cliente y del Mercado y relaciones con el Cliente y Satisfacción.

d. Medición, análisis y gestión del conocimiento: Este criterio examina como la organización selecciona, recolecta, analiza, gestiona y mejora los activos de datos, información y conocimiento y como también evalúa el desempeño organizacional. Los subcriterios son medición, análisis y evaluación del desempeño organizacional y gestión de la información y del conocimiento.

e. Orientación hacia las personas: Examina como los sistemas de trabajo permiten a la organización gestionar el aprendizaje y permiten a los colaboradores a utilizar el máximo de su potencial en concordancia con los objetivos globales, estrategia y planes de acción. También evalúa el esfuerzo que realiza la organización para mantener un lugar de trabajo y clima organizacional conducentes a la excelencia en el desempeño y al crecimiento personal y

organizacional. Los subcriterios son sistemas de trabajo, aprendizaje y motivación de las personas, bienestar y satisfacción de las Personas.

f. Gestión de procesos: Este criterio examina los aspectos claves de la gestión de procesos de la organización, incluyendo los procesos de productos, servicios y organizacionales para la creación de valor; y los procesos de soporte claves. Comprende todos los procesos claves y unidades de trabajo. Los subcriterios son procesos de creación de valor, procesos de soporte y planeamiento operativo.

g. Resultados: Este criterio examina el desempeño de las áreas de negocio claves de la organización como el desempeño de productos y servicios, la satisfacción del cliente, el desempeño financiero y de mercado, el desempeño de la orientación hacia las personas, el desempeño operativo y el desempeño del liderazgo y la responsabilidad social. También examina los niveles de desempeño con relación a los competidores y a otras organizaciones que proveen productos y servicios similares. Los subcriterios son resultados de productos y servicios, resultados de orientación hacia el cliente, resultados financieros y de mercado, resultados de la orientación hacia las personas, resultados de la eficacia organizacional, resultados de liderazgo y responsabilidad social.

3.3.1.1. Beneficios de la aplicación del modelo Malcolm Baldrige.

Los beneficios obtenidos en la aplicación de los Malcolm Baldrige Criterio for Performance Excellence se ven reflejados en el aumento de la productividad, mejora en las relaciones interpersonales, al aumentar la satisfacción de los clientes se aumenta la participación de mercado y con esto los beneficios de la organización.

Se puede decir también que:

- a. Incrementa sustancialmente las ventas.
- b. Incrementa la satisfacción del cliente.
- c. Logra la fidelización de los clientes.
- d. Logra el compromiso de sus trabajadores.
- e. Incrementa la garantía de la calidad.

f. Ve crecer sus utilidades.

Además de lo anterior, al someterse a este tipo de evaluación se obtiene una apreciación crítica de cómo se encuentra la empresa identificando las fortalezas y oportunidades de mejora.

3.3.2. Modelo de SERVQUAL.

Parasuraman, junto con Zeithaml y Berry (1985; 1988), centraron sus estudios en la calidad del servicio, y el resultado de estos estudios, llevados a cabo en los años 80, sigue siendo la referencia principal en el estudio de la calidad percibida de los servicios. Estos autores diseñaron un modelo de medición de la calidad de los servicios, llamado modelo SERVQUAL, que está basado en la identificación de cinco “brechas” o “gaps” como causa de una mala realización del servicio:

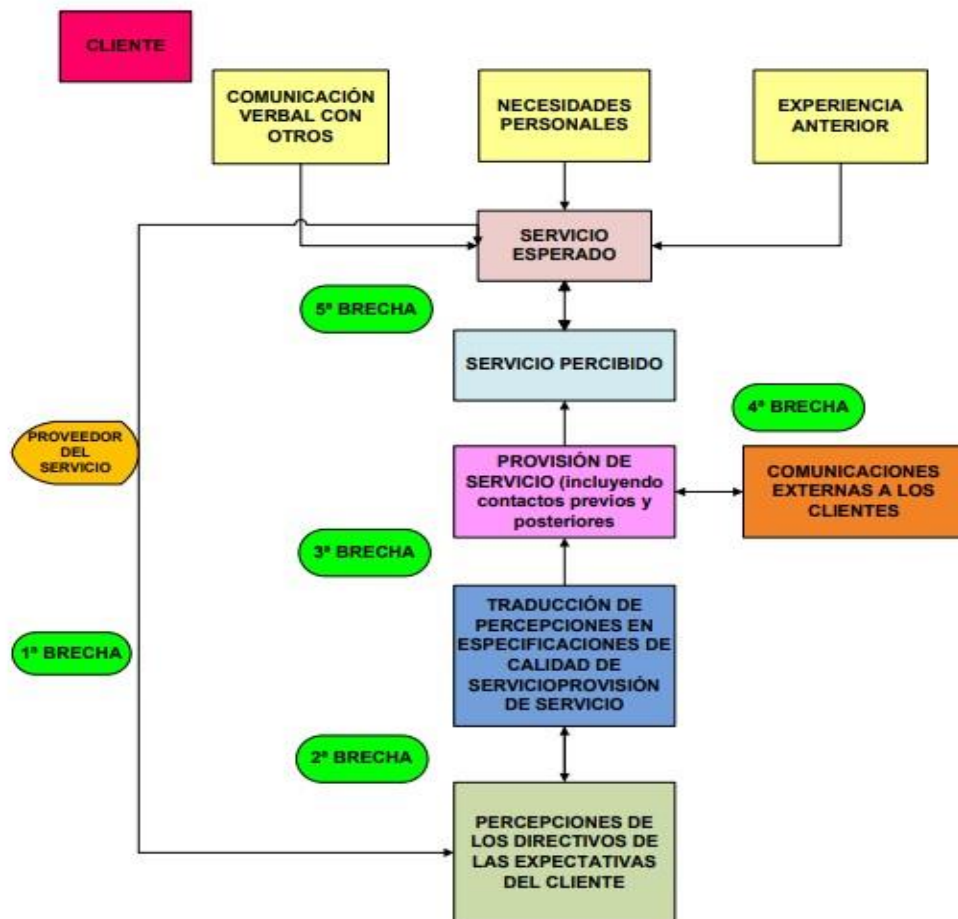


Figura 3. El modelo SERVQUAL / Fuente Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985; 1988).

Parte del marco teórico de des confirmación y confirmación de expectativas, para hacer operativa la forma en que los clientes evalúan la calidad del servicio que reciben. Desde este punto de vista, la calidad percibida por el cliente sería el resultado de la comparación entre las percepciones del cliente sobre el nivel de calidad del servicio prestado. Según este modelo, para medir la calidad percibida los clientes deben reflejar sus expectativas sobre el nivel de calidad que razonablemente deberían recibir, y posteriormente, sus percepciones sobre el nivel de calidad que posee la organización evaluada. Esta medida se basa en un conjunto de atributos, que son los indicadores de las cinco dimensiones básicas que definen el significado de la calidad de servicio.

3.3.2.1. Dimensiones de la calidad en el modelo SERVQUAL

Plantea la existencia de cinco dimensiones de calidad de servicio:

- a. **Aspectos tangibles:** la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación deben proyectar la calidad del servicio.
 - b. **Fiabilidad:** prestación del servicio prometido de modo fiable y preciso.
 - c. **Capacidad de respuesta:** disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
 - d. **Seguridad:** conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.
 - e. **Empatía:** ponerse en el lugar del cliente mediante la atención individualizada.
- Dichas dimensiones son comunes a diferentes servicios; por ejemplo, el significado de la calidad para un consumidor sería el mismo, independientemente de que esté evaluando una biblioteca o un hospital.

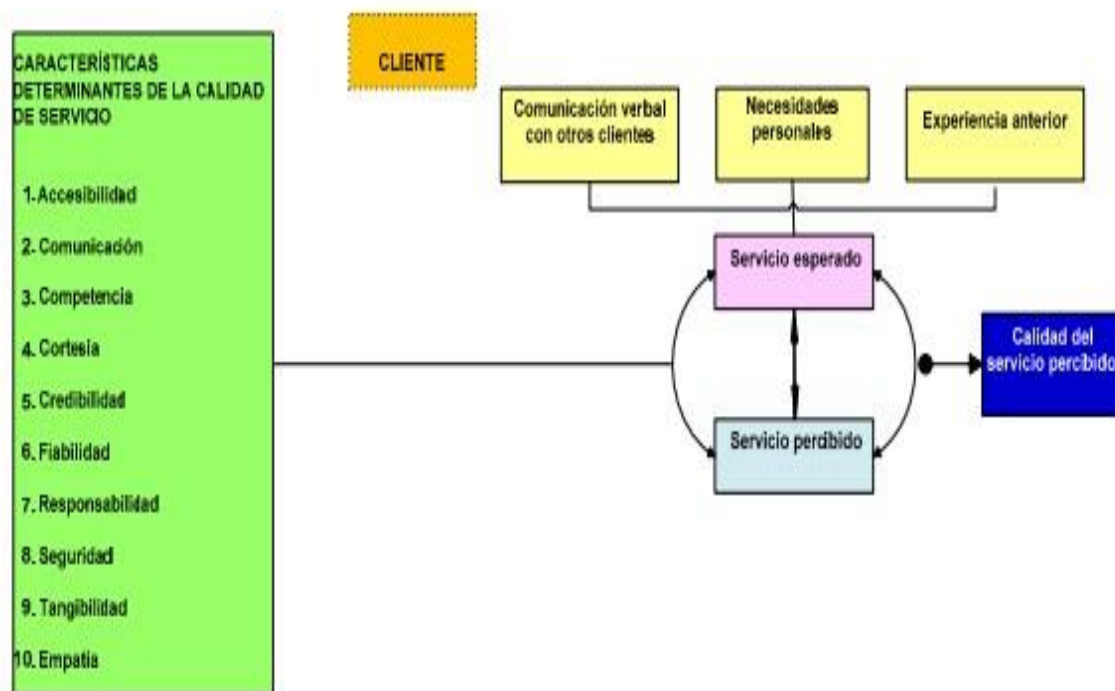


Figura 4, Calidad del servicio basado en el modelo SERVQUAL / Fuente Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985; 1988).

La calidad del servicio percibido es el resultado de la comparación entre el servicio esperado y el servicio percibido. Es muy posible que la importancia relativa de las diez características determinantes de las expectativas de los consumidores (antes de la entrega del servicio), difiera de la importancia relativa de estas características frente a la percepción que tiene el cliente ante el servicio prestado.

3.3.3. Modelo de Demming

Evans y Lindsay (2008) explican un método muy interesante para controlar la calidad de servicio que es “ El clico de Demming” es una adaptacion sencilla del metodo científico para la mejora de los procesos. Dicho ciclo se aplicara como plan de mejora en este trabajo de investigacion.

CICLO DE MEJORA CONTINUA

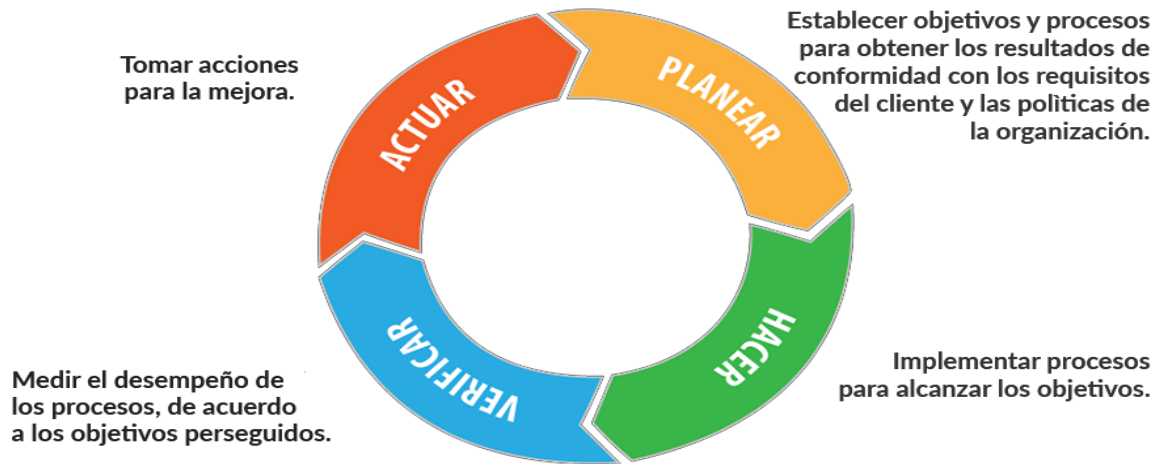


Figura 5, El ciclo de Deming / Fuente Evans y Lindsay, 2008.

3.4. Servicio

Según RAE servicio es la acción de servir. Sujeto a alguien por cualquier motivo haciendo lo que él quiere o dispone.

Duque, (2005). Servicio es entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor.

Evans y Lindsay (2008) indican que servicio se puede definir como “cualquier actividad primaria o complementaria que no produce directamente un bien físico, es decir, la parte sin producto de la operación entre el comprador (Cliente) y el vendedor (proveedor).

3.4.1. Características de los servicios

Duque (2005), indica que son intangibilidad, la heterogeneidad y la inseparabilidad.

La intangibilidad, la mayoría de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983). No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones

uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta Zeithaml (1981).

La heterogeneidad, Los servicios –especialmente los de alto contenido de trabajo– son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella.

La Inseparabilidad, En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación. Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), estas características de los servicios implican cuatro consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio: La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la de los bienes. La propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente más alto que en el caso de la mayoría de bienes. La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados. Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados

Capítulo IV.

Marco metodológico

4.1. Método para el abordaje de la experiencia

El informe por su naturaleza es de carácter descriptivo propositivo, por qué parte de una situación problemática descrita a través de un diagnóstico, cuya información es usado para proponer soluciones a los problemas hallados y sustentados con teorías diferentes.

4.2. Lugar de ejecución y temporalidad

La propuesta esta desarrollada para la empresa M&J Corporation.P S.R.L. con dirección Carretera Parcela 10650 Km. 14 P.J Gloria Baja – Ate- Lima.

El periodo de ejecución contempla un tiempo de 7 meses en el año 2019 comprendido desde enero hasta julio.

4.3. Población y muestra de la empresa

Se tomó como población y muestra para el recojo de información a 22 personas conformado por los clientes externos de la empresa M&J Corporation.P S.R.L como muestra poblacional de carácter no pro balístico.

4.4. Operacionalización de la temática abordada

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DESCRIPCION	INSTRUMENTOS
CALIDAD DE SERVICIO	ASPECTOS TANGIBLES	La apariencia de los equipos, personal, materiales de trabajo deben proyectar la buena calidad de servicio	- La apariencia de unidades. - El buen uso de la tecnología. - El equipamiento de conductores.	ENCUESTA
	FIABILIDAD	Prestación del servicio prometido de modo fiable y preciso.	Unidad adecuada, disponibilidad de unidades, respuestas.	
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerles de buena atención.	Cumplimiento de tiempos ofrecidos, claridad de información solicitada, buena disposición,	
	SEGURIDAD	Conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.	Conocimiento del trabajo, respeto, transparencia, honestidad, confianza.	
	EMPATIA	Ponerse en el lugar del cliente mediante la atención individualizada.	Horario de atención, flexibilidad en los servicios, comprensión en las necesidades.	

4.5. Desarrollo de la temática abordada.

En la gestión de mejora de calidad de servicio en la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L se observó deficiencias con respecto a la atención cliente por no contar con capacidad de respuesta adecuada, falta de empatía, falta de amabilidad en el servicio.

En base a lo observado se realizó el diagnóstico mediante la aplicación de un cuestionario que mide el modelo SERVQUAL, a partir de los resultados deste diagnóstico se procedió desarrollar estrategias y planes de mejora con respecto a la atencion del cliente.

Capítulo V

Resultados

5.1 Nivel de calidad de servicio de los aspectos tangibles.

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la dimensión de aspectos tangibles reflejan que el 40% perciben que la condición física de la empresa es regular, 40% bueno y 20% muy bueno. Según la figura 1.

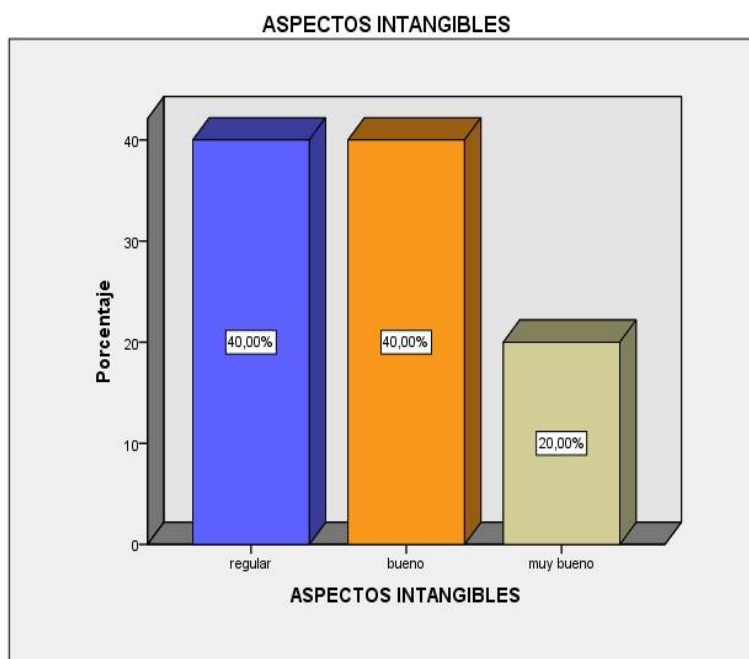


Figura 1. Resultado de aspectos tangibles

5.2 Nivel de calidad de servicio con respecto de fidelidad.

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la dimensión de fidelidad establecen que el 60% percibe como bueno, 25% Muy bueno y 15% regular. Según la figura 2.

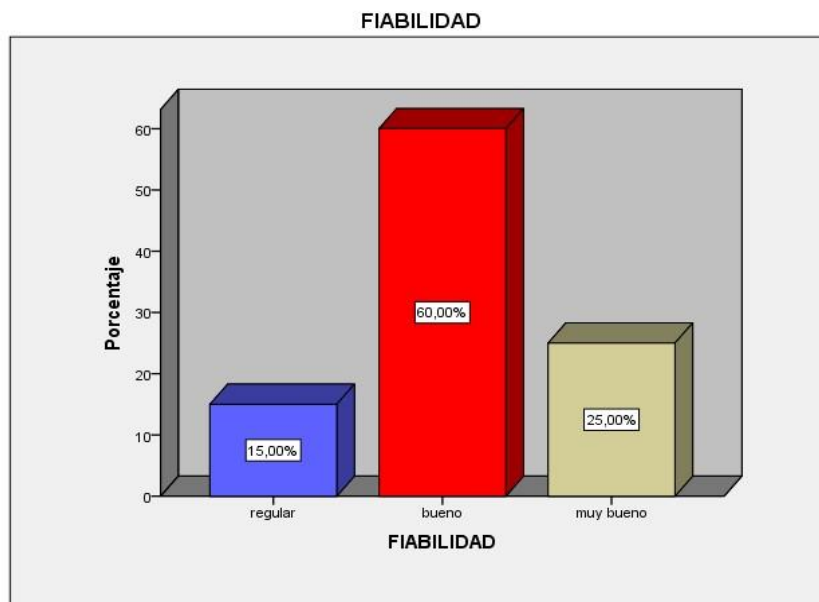


Figura 2, Resultado de fiabilidad.

5.3. Nivel de calidad de servicio con respecto a capacidad de respuestas

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la dimensión de Capacidad de respuesta establecen que el 60% percibe como bueno, 25% Muy bueno, 10% regular y 5% deficiente. Según la figura 3.

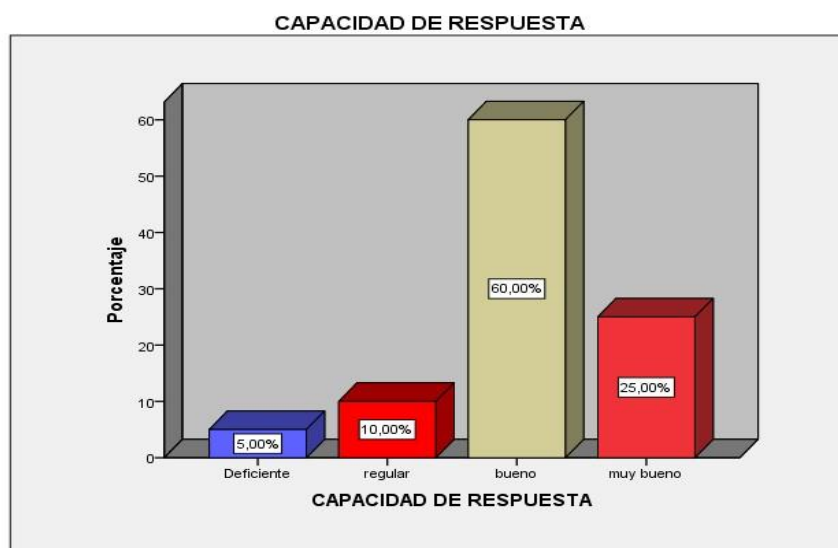


Figura 3, Resultado de Capacidad de respuesta

5.4. Nivel de calidad de servicio con respecto a la seguridad.

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la dimensión de seguridad es el 85% percibe como Muy bueno, 15% bueno.

Se deduce que se tiene muy buena percepción de los clientes con respecto a la seguridad, es decir el personal tiene conocimiento de su trabajo, muestra respeto, transparencia, honestidad, y confianza. Según la figura 4.

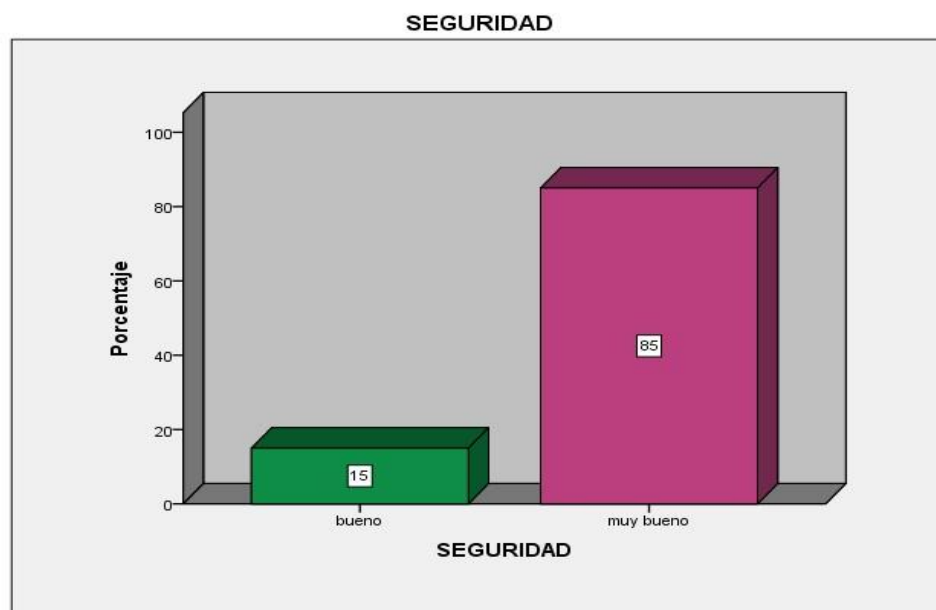


Figura 4, Resultado de Seguridad.

5.5. Nivel de calidad de servicio con respecto a la empatía.

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la dimensión de empatía es el 50% percibe como bueno, 25% Muy bueno y 25% como regular. Según la figura 5.

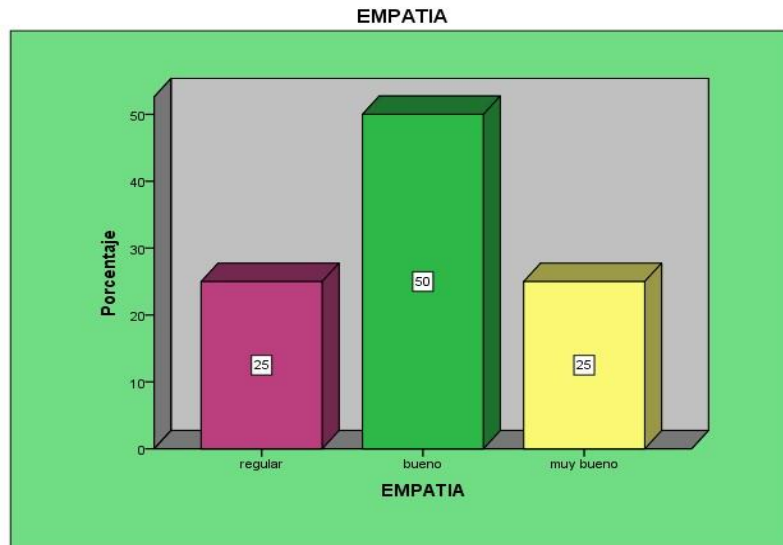


Figura 5, Resultado de empatía.

5.6. En conclusión, según el diagnóstico de los resultados.

Los resultados obtenidos en base al cuestionario desarrollado con respecto a la calidad de servicio establecen que el 65% percibe como regular y 35% como bueno. Según la figura 6.

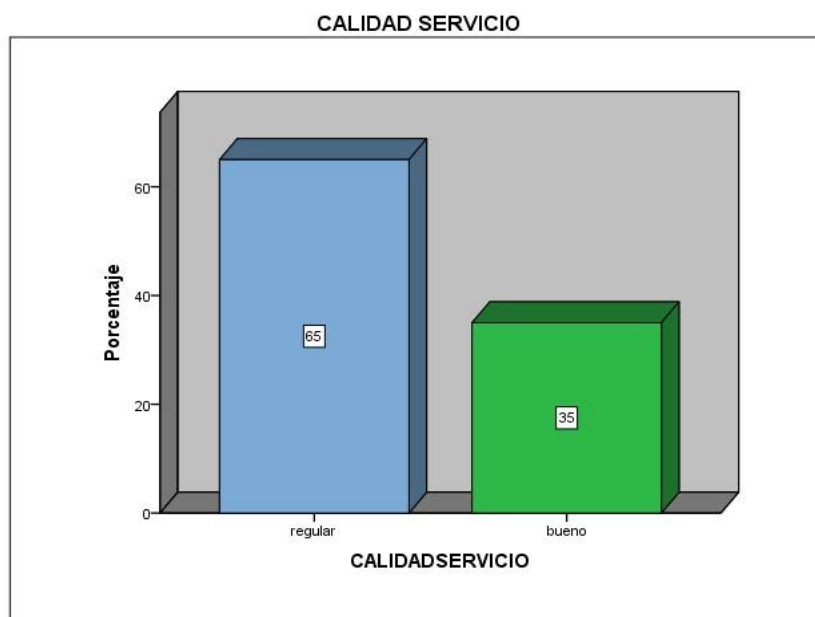


Figura 6, Resultado de Calidad de servicio.

5.7. Propuesta de mejora de la calidad de servicio.

Nombre de la empresa : M&J Corporation.P S.R.L.
Propuesta : Propuesta para mejorar la calidad de
Servicio. Objetivo : Mejorar la calidad de servicio de los
Clientes de la empresa de transporte M&J
Corporation.P S.R.L.

Plazo de ejecucion : 7 meses

I. Descripción de la propuesta:

La propuesta consiste en desarrollar estrategias y acciones q permitan elevar el nivel de calidad en el servicio de la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L para tal efecto se decidió tener en cuenta el modelo SERQUAL considerando los siguientes criterios:

- Para mejorar los aspectos tangibles se propone incrementar las partidas presupuestadas para acondicionar la infraestructura física tecnológica o material y mejorar las condiciones físicas para otorgar un mejor servicio.
- Para elevar la fiabilidad de nuestros servicios se plantea actividades relacionadas a prevenir posibles falencias que interrumpen que el servicio se realice con puntualidad y eficiencia.
- Para mejorar la capacidad de respuesta se plantea capacitaciones motivacionales para orientar la atención al cliente de manera rápida y eficaz.
- Para mejorar la seguridad de necesita distintas capacitaciones al personal operativo respecto al llenado correcto de guías de remisión remitente, guías de transporte, infracciones, documentos y cuidados básicos para el traslado de material peligroso, entre otros.
- Para mejorar la empatía se plantea Crear charlas creando situaciones de incidentes para analizar las respuestas correctas para mejorar el trato al cliente.

II. Requerimientos de la propuesta:

Equipo técnico: Un staff de profesionales de asesoría en calidad de servicio.

Equipo tecnológico: 1 computadora, proyector, aplicativos que permitan comunicación rápida para brindar buen servicio (whatsapp, waze, entre otros).

Desarrollo de la propuesta

A partir del diagnóstico realizado se procedió a identificar las necesidades mayores que tiene la empresa q se plasmaron en los objetivos específicos del informe para estas necesidades se establecieron actividades como capacitaciones, adquisiciones, inversiones entre otros, así como asignaciones presupuestales y delegación de responsabilidades para el cumplimiento de todas las acciones de mejora de la propuesta.

Implementación de tecnologías

- ✓ Disponer de equipos informático

Aspectos estructurales

- ✓ Revisar el manual de funciones
- ✓ Elaborar procedimiento

III. Plan de implementación

Objetivo Estratégico	Meta	Actividad	Recursos	Cronograma	Responsable	Obs.
Mejorar la calidad de servicio de los clientes	Mejorar los Aspectos tangibles de la empresa	*Redistribución de presupuesto para mejoras de infraestructura de la empresa. *Contratar el servicio de internet con mayor ancho de banda. *Adquisición de implementos de seguridad para los trabajadores (EPPS)	S/ 500.00 S/ 2,500.00	Mes 1 – Mes 2 Desde agosto hasta setiembre	Gerente General Jefe de almacén	
	Mejorar la fiabilidad de la empresa	*Crear un formato de monitoreo de GPS informado a detalle desde la hora de llegada al punto de carga hasta la hora de llegar al punto de descarga. *Diseñar un cronograma de atención de los servicios con días de anticipación. *Insistir en registros libres de error. *Cumplir el cronograma de capacitaciones.	S/ 20.80 S/ 400.00 S/ 400.00	Mes 1 – Mes 2 Desde agosto hasta setiembre	Personal de monitoreo Jefe de operaciones	
	Mejorar la capacidad de respuesta de la empresa	*Implementar un sistema de comunicación a través de llamadas redirigidas, gestionar el tema aproximadamente 1 semana de gestión. *Capacitación en temas de gestión de procedimientos administrativos 1 semana de gestión. *Gestionar la adquisición de equipos celulares de alta gama que permitan mejorar la comunicación.	S/ 443.33 S/ 443.33 S/ 2,500.00	Mes 3 – Mes 4 Desde octubre hasta noviembre	Asistente administrativo Asistente administrativo Gerente General	
	Mejorar la seguridad de la empresa	*Capacitar al personal sobre correcto llenado de guías, y documentos básicos para el transporte de MATPEL 2 días de capacitación por tema. * Capacitar al personal sobre infracciones de transporte de mercancías 2 días de capacitación. * Capacitar al personal sobre manejo defensivo 2 días de capacitación.	S/ 300.00 S/ 300.00 S/ 300.00	Mes 3 – Mes 4 Desde octubre hasta noviembre	Jefe de operaciones Jefe de operaciones Jefe de operaciones	
	Mejorar la empatía de la empresa	*Capacitar al personal administrativo y operaciones en temas de Escucha activa, manejo de conflictos, comunicación efectiva, inteligencia emocional. *Premiar a los trabajadores por cada servicio realizado con cero error, con un almuerzo especial 1 vez al mes. *Escoger al "Mejor colaborador del Mes" y publicar en el periódico mural.	S/ 200.00 S/ 1,200.00 S/ 14.00	Mes 5 – Mes 7 Desde diciembre- 2018 hasta enero 2019	Asistente administrativo Comercial Gerente General y Jefe de operaciones Asistente administrativo	

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

En base a los resultados que se obtuvieron de las encuestas y buscando siempre la excelencia en nuestros servicios se puede concluir los siguientes resultados obtenidos:

- a) La calidad de servicio a nivel de aspectos tangibles es percibido como “Muy bueno” solo en un 20% lo que indica que la mayoría de clientes no está conforme con la apariencia de las instalaciones físicas que proyecta la empresa en el servicio prestado.
- b) La calidad de servicios a nivel de fiabilidad es percibida como “Muy bueno” solo en un 25% lo que indica que la mayoría de los clientes no percibe nuestros servicios ofrecidos de manera fiable y precisa.
- c) La calidad de servicios a nivel de capacidad de respuesta solo en 25% indica como “Muy bueno” nuestra disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- d) La calidad de servicio a nivel de seguridad es percibida como “Muy bueno” en un 85% lo que indica que la mayoría de clientes está conforme con los conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.
- e) La calidad de servicio a nivel de empatía es percibida como “Muy bueno” solo en un 25% lo que indica que el personal no se pone en lugar del cliente mediante la atención individualizada.

En base a los resultado se deduce que la empresa de transporte M&J Corporation.P S.R.L. necesita implementar actividades para mejorar la calidad de servicios hacia sus clientes con el fin de mantener lazos comerciales a largo plazo por que la competencia es ardua.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda ejecutar la propuesta de mejora de calidad de servicio para contrarrestar la percepción de los clientes encuestados. Con ello se mejorarán las 5 dimensiones bajo el modelo SERVQUAL (aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía)

Toda empresa tiene que tener en cuenta que el cliente es lo primero ya que en base a sus compras la empresa recibe un beneficio económico que nos ayudara a llegar a los diferentes objetivos planteados.

Se recomienda también realizar un análisis con respecto a la atención de clientes internos en la empresa ya que si se trabaja en equipo se llegará más rápido a los objetivos.

Es importante practicar el escucha activa para proporcionar respuestas adecuadas y coherentes al cliente. Reflexionando previamente intentando entender las emociones del emisor, su problema, sus necesidades y expectativas, sin desmerecer la problemática que plantee y haciéndole sentir siempre nuestro interés.

Es importante posicionar nuestra marca en el cliente con la intención que lo relacione con confianza, diligencia y profesionalismo, credibilidad, amabilidad y simpatía. En comunicación no solo es importante que se diga, sino el cómo se dice, además de la comunicación no verbal. Cómo nos comuniquemos y qué pasos emprendamos para dar respuesta al cliente, en cuánto tiempo y con qué resultado serán las piedras angulares para alcanzar una imagen con los valores descrito.

Referencias

- Dirección de modernización y calidad de los servicios municipales. (2014). Encuestas de satisfacción.
- Abad, A. M. (2014). Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil. 65.
- Arias, C. A. (2018). Gestión de la calidad. Gestión de la calidad.
- Arias, C. A. (s.f.). La Gestión de la Calidad Conceptos Básicos. La Gestión de la Calidad Conceptos Básicos.
- Camison, C. C. (2006). Gestión De la Calidad. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Coronel, A. C. (2016). Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza hut en el centro comercial mega plaza lima, 2016. 55.
- Duque, O. E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Innovar, 17.
- Evans, J. L. (2008). Administración y control de la calidad. México: Editores S.A. De C.V.
- García, A. H. (2016). Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de productos de transmisión de potencia. 55.
- Herrera, M. M. (2008). Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa. 53. Izquierdo, R. (10 de Agosto de 2017). Consecuencias de una mala atención al cliente. Obtenido de Consecuencias de una mala atención al cliente: <https://integriaims.com/mala-atencion-al-cliente/>
- Lascrain, G. I. (2012). Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida. 46.
- Luque, M. N. (2015). Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano "José María Arguedas" Andahuaylas 2015. Andahuaylas.
- Nebrera, H. J. (04 de 05 de 2018). Introducción a la calidad. Obtenido de <http://junior.us.es/jnebrera/index.html>: <http://junior.us.es/jnebrera/index.html>

Nelson, B. (1997). 1001 Formas de motivar a los empleados. Santiago de Chile: Norma.

Reyes, H. S. (2014). Calidad del servicio para aumentar la satisfaccion del cliente de la asociacion share, sede huehuetenango. 40.

Tari, G. J. (2000). Calidad Total: Fuente de Ventaja Competitiva.

Murcia: Espagrafic. Tschohl, J. (2008). Servicio al cliente.

Minneapolis, USA: ISBN .

Vargas Quiñonez, M. E. (2007). Calidad y Servicios conceptos y herramientas. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

El presente cuestionario pretende evaluar y mejorar la calidad de servicios en la empresa de transporte M&J Corporation. P S.R.L. se agradece su participación y se informa que dicha información es anónima. Por favor se solicita la máxima sinceridad. Favor de no dejar ningún Item o pregunta sin responder. Si tiene alguna pregunta no dude en consultar a la persona encargada de la investigación. Favor tener en cuenta que la casilla 4 significa Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Deficiente.

		Muy bueno 4	Bueno 3	Regular 2	Deficiente 1
	ASPECTOS TANGIBLES				
1	¿LA APARIENCIA DE LAS UNIDADES (REMOLQUES, SEMIRREMOLQUES, CAMA CUNAS, ETC) QUE APRECIACION TIENE PARA USTED?				
2	¿LA EMPRESA TIENE BUEN USO DE LA TECNOLOGIA? USO DEL GPS				
3	¿EL EQUIPAMIENTO DE CONDUCTORES (USO DE EPPS)?				
4	¿LOS DOCUMENTOS PARA EL SERVICIO (SOAT, R.V.T, POLIZAS DE SEGURO DE UNIDAD, POLIZA DE SEGURO DE CARGA, SCTR)?				
	FIABILIDAD				
5	¿SE ENVIA LA UNIDAD ADECUADA?				
6	¿CUENTA CON DISPONIBILIDAD DE VEHICULOS?				
7	¿SE BRINDA INFORMACION ADICIONAL AL SERVICIO?				
8	¿PRECISION DE LAS RESPUESTAS?				
9	¿PORCENTAJE DE PETICIONES ATENDIDAS?				
10	¿SOPORTE OPERATIVO?				
11	¿DISPONIBILIDAD?				
	CAPACIDAD DE RESPUESTA				
12	¿CUMPLE CON LOS TIEMPOS OFRECIDOS?				
13	¿BRINDA CON CLARIDAD LA INFORMACION SOLICITADA?				
14	¿EL PERSONAL MUESTRA BUENA DISPOSICION?				
	SEGURIDAD				
15	¿CONOCIMIENTO DEL TRABAJO (SERVICIO PROPORCIONADO / PROCESO)?				
16	¿RESPETO?				
17	¿TRANSPARENCIA?				
18	¿HONESTIDAD?				
19	¿CONFIANZA?				
	EMPATIA				
20	¿HORARIO DE ATENCION?				
21	¿FLEXIBILIDAD EN LOS SERVICIOS?				
22	¿COMPRESION DE LAS NECESIDADES PARTICULARES DEL CLIENTE?				
23	¿CAPACIDAD DE ADAPTACION A SITUACIONES DIVERSAS?				
24	¿AYUDA A LOS USUARIOS?				
RECOMENDACIÓN:					

Anexo 2: Logo de la empresa M&J Corporation.P S.R.L.



Anexo 3: Equipo modular tiene capacidad de carga hasta 120TN.



Anexo 4: Equipo Palote tiene capacidad de carga hasta 41 TN.



Anexo 5: Equipo Cama Baja tiene capacidad de carga hasta 30 TN.



Anexo 6. Tablas descriptivas

Tabla I, *Resultado de aspectos Tangibles*

RESULTADO DE ASPECTOS TANGIBLES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	8	40,0	40,0	40,0
	bueno	8	40,0	40,0	80,0
	muy bueno	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla II, *Resultado de fiabilidad.*

FIABILIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	3	15,0	15,0	15,0
	bueno	12	60,0	60,0	75,0
	muy bueno	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla III, *Resultado de Capacidad de respuesta.*

CAPACIDAD DE RESPUESTA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	5,0	5,0	5,0
	regular	2	10,0	10,0	15,0
	bueno	12	60,0	60,0	75,0
	muy bueno	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla IV, *Resultado de Seguridad.*

SEGURIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bueno	3	15,0	15,0	15,0
	muy bueno	17	85,0	85,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla VI, *Resultado de empatia.*

51

EMPATIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	5	25,0	25,0	25,0
	bueno	10	50,0	50,0	75,0
	muy bueno	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla VII, *Resultado de calidad de servicio.*

CALIDADSERVICIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	regular	13	65,0	65,0	65,0
	bueno	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

CARTA DE REVISIÓN LINGÜÍSTICA

Lima, 17 de setiembre de 2018

Señor(a):

Marleni Roxana Fabián Santos

Me complace informarle que su informe de suficiencia profesional, titulado: *“Mejora en la gestión de calidad de servicios en la empresa de transporte M&J Corporation. P S.R.L Ate - Lima 2018”*, ha sido revisado y corregido, bajo los criterios de redacción lingüística y académica; por tanto, dejo constancia mediante la presente, que el informe está apto para ser publicado como trabajo académico.

Atentamente,



Mg. Nestor Roger Apaza Apaza
Lingüista