



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS

TESIS
“APLICACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA CONTINUA Y SU
INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
RESTAURANTE DE ACENESPAR-GC – 2020”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS
Y HOTELEROS

AUTOR:
Bach. REYES POZO, ELIZABETH ROCIO

LIMA – PERÚ
2020

ASESOR DE TESIS

Mg. MICHEL JAIME MENDEZ ESCOBAR.

JURADO EXAMINADOR

Dr. WILLIAM MIGUEL MOGROVEJO COLLANTES
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
Vocal

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicó a mi madre Aidé Dalmira Pozo, quien con su dedicación y amor incondicional ha forjado en mí los principales valores y principios que me han permitido alcanzar mis metas.

A mi hija Daphne Nicole Pérez Reyes, a quien es el motor que me da pie para buscar nuevas oportunidades y avances en mi vida profesional y laboral para permitirle un excelente y mejor futuro.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme las fuerzas, iluminar mis conocimientos y por ser mi eje central para cada ascenso y darme guía para sobrellevar los altibajos presentados durante mi formación profesional.

RESUMEN

La presente investigación titulada: "Aplicación de un plan de mejora continua y su influencia en la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020", cuyo objetivo general es determinar la relación entre la mejora continua y su influencia en la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

La investigación fue de tipo aplicada, porque el propósito es dar solución a situación o problemas en concretos, parte por lo general del conocimiento generado por la investigación básica, de nivel descriptivo correlacional, se utilizó un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, ya que se utilizó la recolección y el análisis de datos estadísticos con el fin de probar la hipótesis establecida; el tipo de muestreo fue censal debido a que el conjunto que representa la población fue conformada por 35 trabajadores, las mismas personas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 36 preguntas de acuerdo a las variables de estudio, obteniendo una fiabilidad de 0,921 y 0,913, nivel fuerte.

Entre los resultados más importantes obtenidos según la prueba estadística de Rho de Spearman aplicada a las variables mejora continua y calidad de servicio con un coeficiente de correlación de $r = 0,936^{**}$, con un nivel de significancia de 0.000 menor que el nivel esperado ($p < 0.05$) con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una correlación significativa de nivel alto entre la mejora continua y la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC-2020

Palabras clave: mejora continua, calidad de servicio

ABSTRACT

This research entitled: Application of a continuous improvement plan and its influence on the quality of service of the ACENESPAR-GC restaurant, 2020; whose general objective is to determine the relationship between the continuous improvement and its influence on the quality of service of the ACENESPAR-GC restaurant, 2020.

The research was of an applied type, because the purpose is to solve a specific situation or problems, usually part of the knowledge generated by basic research, of a descriptive correlational level, a non-experimental design with a quantitative approach was used, since I use the collection and analysis of statistical data in order to test the established hypothesis; the type of sampling was census because the group that represents the population was made up of 35 workers, the same people who were applied a structured questionnaire of 36 questions according to the study variables, obtaining a reliability of 0.921 and 0.913, strong level.

Among the most important results obtained according to the Spearman Rho statistical test applied to the variables continuous improvement and quality of service with a correlation coefficient of $r = 0.936^{**}$, with a significance level of 0.000 less than the expected level ($p < 0.05$) with which the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. Therefore, it can be affirmed that there is a significant correlation between the continuous improvement plan and its influence on the quality of service of the ACENESPAR-GC restaurant, 2020.

Keywords: *continuous improvement, quality of service*

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Planteamiento del problema.....	15
1.2. Formulación del Problema.....	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Justificación del estudio.....	18
1.3.1. Justificación teórica	18
1.3.2. Justificación práctica	19
1.3.3. Justificación metodológica	19
1.3.4. Justificación social.....	20
1.4. Objetivos de la investigación	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos específicos	20
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. Antecedentes nacionales	21
2.1.2. Antecedentes internacionales	24
2.2. Bases teóricas de las variables	27
2.2.1. Variable 01: Mejora Continua.....	27

2.2.2. Variable 02: Calidad de Servicio	38
2.3. Definición de términos básicos	50
III. MÉTODOS Y MATERIALES	55
3.1. Hipótesis de la investigación	55
3.1.1. Hipótesis general.....	55
3.1.2. Hipótesis específicas.....	55
3.2. Variables de estudio	55
3.2.1. Definición conceptual	55
3.2.2. Definición de operacionalización	56
3.3. Tipo y nivel de la investigación	56
3.3.1. Tipo de Investigación	56
3.3.2. Nivel de investigación.....	57
3.4. Diseño de la investigación	58
3.4.1. No experimental	58
3.4.2. Enfoque cuantitativo.....	59
3.4.3. Corte transversal	59
3.5. Población y muestra de estudio.....	59
3.5.1. Población	59
3.5.2. Muestra	60
3.5.3. Muestra Censal	60
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	60
3.6.1. Técnica de recolección de datos	60
3.6.2. Instrumento de recolección de datos.....	60
3.6.3. Escala de Likert.....	62
3.7. Métodos de análisis de datos	62
3.7.1. Validez del instrumento	63
3.7.2. Confiabilidad del instrumento	63
3.7.3. Hipotético - deductivo.....	64
3.8. Aspectos Éticos.....	64
IV. RESULTADOS	65
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	65
4.2. Prueba de confiabilidad	70
4.3. Prueba de hipótesis.....	72

4.3.1. Prueba de hipótesis general.....	72
4.3.2. Prueba de hipótesis específicas.....	73
V. DISCUSIÓN.....	76
VI. CONCLUSIONES.....	78
VII. RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS.....	84
Anexo 1. Matriz de consistencia	85
Anexo 2. Matriz de operacionalización	86
Anexo 3. Instrumento.....	88
Anexo 4. Validación del instrumento Mejora Continua.....	92
Anexo 5. Matriz de datos	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman	58
Tabla 2.	Ficha técnica cuestionario de encuesta.....	61
Tabla 3.	Calificación y evaluación del cuestionario de Mejora continua y su influencia en la Calidad de Servicio.....	62
Tabla 4.	Validación de juicio de expertos	63
Tabla 5.	Escala de interpretación de la confiabilidad	64
Tabla 6.	Análisis de la variable mejora continua	65
Tabla 7.	Análisis de la variable calidad de servicio	66
Tabla 8.	Análisis de la Dimensión indicadores de gestión.....	67
Tabla 9.	Análisis de la Dimensión Medición de servicio	68
Tabla 10.	Análisis de la Dimensión Sistemas.....	69
Tabla 11.	Nivel de confiabilidad de la variable mejora continua.....	70
Tabla 12.	Nivel de confiabilidad de la variable calidad de servicio	70
Tabla 13.	Nivel de confiabilidad de la dimensión indicadores de gestión.....	71
Tabla 14.	Nivel de confiabilidad de la dimensión medición de servicio	71
Tabla 15.	Nivel de confiabilidad de la dimensión sistemas	71
Tabla 16.	Nivel de correlación y significación de la mejora continua y calidad De servicio	72
Tabla 17.	Nivel de correlación y significación de la mejora continua y los indicadores de gestión.....	73
Tabla 18.	Nivel de correlación y significación de la mejora continua y la medición de servicio.	74
Tabla 19.	Nivel de correlación y significación de la mejora continua y los sistemas....	75

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis de la variable mejora continua	65
Figura 2. Análisis de la variable calidad de servicio	66
Figura 3. Niveles de la Dimensión Indicadores de gestión	67
Figura 4. Niveles de la Dimensión Medición de servicio.....	68
Figura 5. Niveles de la Dimensión Sistemas	69

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se basa en la mejora continua y su influencia en la calidad de servicio. El cual tiene como objetivo general analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de mejora continua y su influencia en la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC-2020.

Para el desarrollo del presente trabajo se consulto diversos libros y publicaciones de diferentes autores; para la variable de mejora continua se eligió como base principal el libro "Mejora continua de los procesos herramientas y técnicas" de los autores Bonilla et al, donde se extrajeron extractos importantes para comprender mejor los conceptos y técnicas; mientras que para la variable calidad de servicio se tomo como base principal el libro " Calidad y servicio conceptos y herramientas", de los autores Vargas y Aldana, donde se extrajo también información relevante para el desarrollo de la metodología.

La naturaleza de la presente tesis está dividida en siete capítulos coherentemente relacionados.

Capitulo I comprende la descripción del problema de investigación, planteamiento y formulación del problema general y específicos, así como la justificación del estudio y aportes desde el punto de vista teórico, metodológico y práctico.

Capitulo II se desarrolla el marco teórico de la investigación que incluye los antecedentes del estudio de nivel nacional e internacional, también esta comprendidos por las bases teóricas de las variables consignadas como la mejora continua y calidad de servicio y finaliza con las definiciones de términos básicos.

Capitulo III abarca la metodología del estudio, como el plantamiento de las hipótesis, definiciones conceptuales de las variables, tipo, nivel y diseño del estudio, así como la población y muestra del estudio, técnicas e instrumentos y por ultimo los aspectos éticos.

Capitulo IV presenta el detalle de todos los resultados descriptivos de las variables, así también como de las dimensiones con gráficos de columnas y el

contraste de la hipótesis general y específicas utilizando el enfoque estadístico de prueba para determinar el P valor: a través del Rho Spearman.

Capítulo V se realizó la discusión de los análisis de los resultados de la investigación.

Capítulo VI se presentan las conclusiones de las variables y dimensiones, donde se observará la existencia de relación significativa.

Capítulo VII se proponen las recomendaciones de la investigación, según los resultados obtenidos.

Finalmente, se consignan las referencias bibliográficas y los anexos de trabajo que validan el informe de investigación.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la última década en el ámbito mundial las empresas del sector restaurante se han visto en la obligación de buscar estrategias ante las exigencias de los clientes y la competitividad del mercado a mejorar constantemente para brindar un óptimo servicio. Es por ello, que en dicho sector se han venido implementando una herramienta muy importante como es la aplicación de mejora continua que es una técnica utilizada para la gestión de calidad sin mucho éxito, ya que muchos de ellos pecan por no entender completamente como funciona; precisamente porque es un proceso lento y gradual que tiene resultados a largo plazo lo que lleva a muchas empresas a abandonar sus esfuerzos de mejora continua antes de lo debido, siendo algunas de las causas; la falta de conocimientos técnicos de las personas que lo implementan, ausencia y/o deficiencia en los planes de implantación y puesta en marcha, ausencia de capacitación y entrenamiento así como la falta de compromiso de los líderes, son solo algunos factores que conducen al fracaso de los procesos de mejora continua.

Quiroga (2019), indica:

que la mejora continua es un conjunto de técnicas que buscan ayudar a mejorar la calidad de los productos, servicios o procesos, que se prestan o que se venden dentro de una empresa, la finalidad es volver a una empresa más competitiva. (p.1)

Inciendo en el ámbito nacional, en los últimos años en el Perú, dentro del sector de restaurantes se ha venido hablando del término de calidad en el servicio; por lo que se considera un elemento cualitativo de gran importancia para el restaurante ya que muchas son las preferencias y exigencias del cliente, sin embargo, algunas son las causas y/o motivos de una deficiencia en el servicio de calidad, la falta de cultura orientada en el servicio, así como la escasa comunicación con los niveles de mando, defectuoso o inexistente normas y/o políticas de las empresas para el desarrollo de las actividades, falta de sentido en el trabajo en

equipo, falta de control y mandos inadecuados, son situaciones que vienen afectando de algún modo, la calidad de servicio en dichos sectores.

Calero (2015), menciona a Berry (1994), donde expresa que:

La calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, presenten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente. (p. 75).

A nivel específico, Acenespar-GC es una institución civil denominada Asociación de Centros de Esparcimiento de Oficiales de la Benemérita Guardia Civil del Perú, institución sin fines de lucro que busca satisfacer las necesidades de sus asociados y familiares, donde tiene como finalidad brindar el bienestar mediante el desarrollo de actividades sociales, culturales y deportivas, orientadas en base a la calidad de los servicios y productos ofrecidos en el restaurante. Actualmente, en dicha entidad no existe una adecuada gestión en el sector restaurante, (evaluación del personal, mobiliario modernos y adecuados, ambientación en decoración interna de bar y restaurante), esto se debe a que las personas que la dirigen no tienen suficiente conocimiento en los conceptos básicos, formación ni experiencia; por ende, no existe una metodología de trabajo para mejorar de manera continua en la calidad de servicio.

Tal situación es reflejada con los trabajadores del sector restaurante que presenta una serie de falencias en el servicio prestado (quejas y/o reclamos), no cuentan con capacitaciones periódicas ni con seguimiento de ello, algunos no cumplen con el perfil adecuado para el puesto, carencia de cultura, valores y conductas, desconocimiento de políticas internas, canales de comunicación débiles, así como también elementos tangibles poco atendidas, son solo algunas problemáticas observadas en dicha entidad que conlleva a un permanente nivel regular en el servicio ofrecido al asociado, esto evidencia muchas veces las deficiencias del sector en mención. Sin embargo, los reclamos permiten a la empresa conocer cuales son sus debilidades que mas afectan al cliente.

Es por ende que se abordó dicho tema ya que, en base a ello, se puede acondicionar planes de acción que permitan mejorar los procesos de gestión en el sector restaurante; ya que es de relevancia mejorar cada día en el servicio brindado en beneficio a los asociados que no solo buscan variedad sino también calidad y un grado de satisfacción. Por ello, es vital enfocar esfuerzos a desarrollar y fortalecer las competencias, aptitudes, capacidades y habilidades de los trabajadores, así como brindarles las herramientas y técnicas necesarias para un mejor desempeño laboral de la calidad en el servicio y alcanzar las expectativas de los clientes.

Coronel (2016), menciona a Vera, M (2004) donde sostiene que:

La calidad en el servicio de un restaurante es una parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones. Esta comprende al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionado con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue entregado. (p. 26).

En resumen, la mejora continua y la calidad de servicio son variables que se requiere trabajar en dicha entidad. Asimismo, es preciso mencionar que la calidad de servicio es en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad, más aún en estos tiempos donde el concepto ha venido tomando mucha fuerza por eso, es relevante que las empresas u organizaciones deban enfocar sus esfuerzos en plantear acciones y/o mecanismos para direccionar, mejorar y elevar los estándares de calidad en el servicio así como en el desempeño y competitividad del personal de manera significativa, a su vez estas puedan ser adaptadas a las necesidades cambiantes de los clientes garantizando un nivel óptimo y continuo cumpliendo sus deseos y expectativas en el servicio prestado en beneficio del mismo.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cuál es la relación que existe entre la Aplicación de un plan de Mejora Continua y su influencia en la Calidad de Servicio del Restaurante de ACENESPAR-GC – 2020?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1. ¿Cuál es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los Indicadores de gestión del restaurante de ACENESPAR-GC-2020?

PE 2. ¿Cuál es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y la Medición de Servicio del Restaurante de ACENESPAR-GC -2020?

PE 3. ¿Cuál es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los Sistemas del Restaurante de ACENESPAR-GC - 2020?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

La investigación realizada de mejora continua y la calidad de servicio son variables de carácter relevante para las empresas por numerosas razones; esto permitirá comprender acerca de la tendencia lineal direccionadas positivamente porque ambas no solo aseguran la satisfacción del cliente si no que mejorará el desempeño laboral de los empleados, generando a su vez el incremento de ingresos a las empresas. Asimismo, se reducirá el derroche de productos, tiempo, materiales etc. utilizando mejor los recursos de la empresa y mejorará significativamente la calidad del servicio brindado al cliente.

Por ende, el siguiente trabajo tuvo un valor teórico por que permitió utilizar fuentes primarias como libros y artículos los cuales permitieron profundizar los conocimientos y aportes de ambas variables.

1.3.2. Justificación práctica

La tesis que se desarrolla es con el fin de encontrar y diseñar herramientas adecuadas de mejoras continuas que se ajusten a las necesidades de dicha entidad ya que es indispensable para medir la calidad del servicio y obtener indicadores que nos ayuden a fortalecer y mejorar los resultados, de esta manera se podrá crear hábitos para optimizar el trabajo, donde la calidad de servicio sea un factor primordial en la asociación y las mejoras continuas sea una constante en beneficio de los asociados.

Es preciso indicar que la mejora continua es un conjunto de herramientas que nos permiten optimizar nuestros servicios ofrecidos al cliente, con el único propósito de maximizar nuestro rendimiento laboral; por tal motivo es indispensable que el personal muestre capacidades y habilidades en base a técnicas de servicios, ya que son los primeros en tener contacto e interactuar con los clientes y estos deben percibir un buen desempeño.

Con esta información se invitará a los directivos y/o gerentes de la asociación para tomar decisiones ya que se propone un plan de mejora en la calidad de servicio de la empresa, e ir poniendo en práctica mis conocimientos y desarrollarme como profesional.

1.3.3. Justificación metodológica

La investigación correspondiente es de tipo correlacional y su objetivo es determinar la influencia que existe entre la mejora continua y la calidad de servicio con sus dimensiones.

Se pretende comprobar ambas variables a través de métodos estadísticos descriptivos confiables para determinar su nivel de correlación, así como su relevancia entre ambas.

Los resultados obtenidos luego de un minucioso proceso de recopilación de datos faltarán la toma de decisiones de los responsables directos de la entidad, brindando elementos teórico y metodológico.

1.3.4. Justificación social

La determinación de realizar esta investigación se sostiene en el cumplimiento del método científico, considerando la mejora continua y la calidad de servicio como un elemento de vital importancia para la existencia de la organizaciones u empresas dedicadas a este rubro.

Esta investigación sostiene relevancia social en diferentes aspectos, como dejar huella al aplicar métodos, ya conocidos para medir las variables en mención favoreciendo de tal manera a nuevos investigadores de este tema, por consiguiente, beneficiar a las personas u organizaciones que desconocen los niveles de calidad como los gerentes de las empresas que al considerar la hipótesis se puedan percatar de lo factible que es implementar los diferentes sistemas de gestión en sus organizaciones.

Otro aporte relevante de esta investigación es que su aplicación de manera progresiva generará una perspectiva del cliente como una opinión digna de considerar por parte de los gerentes, ya que esto determinará el grado de satisfacción de los clientes.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

OG. Analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de mejora continua y su influencia en la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC-2020.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1. Analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de mejora continua y los indicadores de gestión del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

OE 2. Analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de mejora continua y la medición de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

OE 3. Analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de mejora continua y los sistemas del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Melgarejo (2017) Presentó la tesis titulada “*Gestión Administrativa y Calidad de Servicio en la Empresa M&G Frio S.A.C., S.J.L.*”. Tesis de pregrado. Sustentado en la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo de la investigación, tuvo como finalidad identificar la relación entre las variables de gestión administrativa y calidad del servicio en la Empresa M&G Frio S.A.C., S.J.L. Para el desarrollo de este estudio de investigación se empleó el método científico y estadístico, el tipo de estudio es descriptivo correlacional, diseño no experimental; la población fue un censo los cuales son 38 colaboradores de la empresa M&G FRIO SAC. El instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica empleada la encuesta, la validación se realizó a través del juicio de cinco expertos, la confiabilidad se evaluó con el alfa de Cronbach la cual arrojó 0.964 para la variable gestión administrativa y 0.951 para la variable calidad del servicio. El resultado fue corroborado con la prueba estadística de correlación Rho de Spearman (Rho=0.631, Sig. (Bilateral) = 0.000; ($p \leq 0.05$). Conclusión, luego de la identificación correspondiente a los resultados entre las variables gestión administrativa y la calidad de servicio en la empresa M&G FRIO, Se confirma la hipótesis de que existe correlación significativa lineal directa entre ambas, que podría ser calificada como un nivel de correlación moderada.

Suarez (2020) Presentó la tesis titulada “*Comunicación interna y mejora continua en los docentes de la I.E 3092 Kumamoto I. Ugel 04. Puente Piedra. Lima. 2019*” Tesis de maestría. Sustentada en la Universidad Cesar Vallejo. La presente tesis tuvo como objetivo general determinar la relación entre la comunicación interna y mejora continua en los docentes de la I.E 3092 Kumamoto I. Ugel 04. Puente Piedra. Lima. 2019.

La investigación fue de tipo básica, descriptivo correlacional de diseño no experimental y transversal y un método hipotético deductivo, la muestra fue tomada de una población de 50 docentes del nivel secundario a quienes se utilizó la técnica

de encuesta mediante un cuestionario para medir la relación entre las variables de comunicación interna y mejora continua. La confiabilidad se evaluó con el alfa de Cron Bach, la cual arrojó 0,773 para comunicación interna y 0,903 para mejora continua. Los resultados según el coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.033 cual indicó que existe una relación aceptable entre las variables. Conclusión, en relación con las variables de comunicación interna y mejora continua en los docentes de la I.E 3092 Kumamoto I. Ugel 04. Puente Piedra. Lima. 2019, donde se rechaza la HO y se acepta la H1, que indica que existe una relación significativa con ambas variables.

Campos (2019) Presentó la tesis titulada *“La Calidad de Servicio y la Fidelización del Cliente en el Colegio San Martín de la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, San Martín, 2019”*. Tesis de pregrado. Sustentada en la Universidad Peruana Union. El estudio se realizó con el objetivo de describir y determinar la relación entre la calidad de servicio y fidelización del cliente, en el Colegio San Martin de la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, San Martin, 2019. La metodología es de estudio descriptivo y correlacional, además del tercer tipo transversal, porque se ha recogido la información haciendo un corte en el tiempo dentro de un enfoque cuantitativo. La población de estudio se realizó en 310 padres de familia a quienes se les aplicó la técnica de encuesta. Los resultados de acuerdo con el análisis estadístico del coeficiente de correlación de Spearman, cuyo resultado muestra el 0,803 y un p valor igual a 0,000 (p valor < 0.05). Conclusión, en concordancia con los análisis estadísticos realizados a las variables de *“ La Calidad de servicio y la fidelización del cliente en el colegio San Martín de la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, San Martín, 2019”*. Se concluye que la relación fue significativa y directa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En otras palabras, se determina que, a mejor calidad de servicio, mayor será fidelización de los clientes.

Fernandez (2018) Presentó la tesis titulada *“Influencia de la Mejora Continua del Sistema de Distribución de Mercadería en la Productividad del Área de Transporte en una Empresa Logística. Lurigancho, Lima-”*. Tesis de pregrado. Sustentada en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación denominada, fue planteada con el objetivo de proponer la mejora continua del sistema de distribución

de mercadería en el área de transporte en una empresa logística, Lurigancho, Lima, para incrementar su productividad. La metodología de esta investigación corresponde al tipo aplicado, con diseño no experimental, de nivel correlacional y de corte transversal, debido a que la investigación es analizada en un espacio de tiempo y de enfoque cuantitativo, en cuanto a la población, se está considerando a 30 trabajadores de la empresa Logística, como la población es pequeña será igual a la muestra con un muestreo no probabilístico. Se aplicó la técnica de un cuestionario con aplicación de escala de Likert. Tipo 5, el muestreo fue no probabilístico, según los resultados de acuerdo con el análisis estadístico del coeficiente de correlación de Pearson ($r = 0,896$) y un p-valor igual a 0,001. En regresión lineal obtuve un $r^2 = 0.803$, Interpretándose que la productividad es generada en un 80.3% por la mejora continua del sistema de distribución. Conclusión: en relación a los resultados obtenidos en la hipótesis general el análisis de la prueba de correlación Pearson señala que la mejora continua del sistema de distribución influye en la productividad en la empresa logística. Lurigancho, Lima 2018. Existiendo un nivel de significancia, y una correlación positiva considerable entre las variables correspondientes.

Portocarrero (2018) Presentó la tesis titulada *“Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la oficina de seguros y prestaciones económicas es salud Jesús María- 2018”*. Tesis de grado. Sustentada en la Universidad Privada TELESUP. La investigación tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la oficina de seguros y prestaciones económicas Es Salud Jesús María- 2018. la metodología fue una investigación aplicada que se ubica en el nivel descriptivo y correlacional fue de enfoque cuantitativo. El diseño de la investigación es no experimental: transversal: correlacional. La población estuvo conformada por 450 usuarios de la oficina de seguros y prestaciones sociales Es salud en el distrito de Jesús María-2018, se utilizó un muestreo no probabilístico de tipo intencional por conveniencia, es decir, el tamaño muestral estuvo representado por 100 usuarios, se utilizó como instrumentos un cuestionario, con un nivel de fiabilidad de alpha de Cronbach de 0,920 para la variable calidad de servicio y 0,935 para la variable satisfacción del usuario, nivel aceptable. Entre los resultados más importantes obtenidos según la prueba estadística de Rho de Spearman aplicada a las variables calidad de servicios y la

satisfacción del usuario, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r=0.880$ correlación positiva alta, con un nivel de significancia de 0.000 menor que el nivel esperado ($p < 0.05$). Conclusión: según el análisis efectuado a las variables correspondientes de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la oficina de seguros y prestaciones económicas Es salud Jesús María- 2018. Menciona que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una correlación significativa entre ambas variables.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Lopez (2018) Presentó la tesis titulada: *“Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”*. Tesis de pregrado. Sustentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador. El objetivo de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La Metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, investigación descriptiva, el esquema que se plantea es un estudio de corte transversal no experimental, la población elegida para el presente trabajo fueron los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil aproximadamente 7280 clientes por los tres últimos meses, el cual se realizaron en una muestra de 365 encuestas en el restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Las técnicas y recolección de datos Por medio de un cuestionario fundamentado de 25 ítems, con escala de tipo LIKERT, se realizaron las encuestas las mismas que se las ingresaron en el programa estadístico SPSS para su respectiva tabulación y análisis. Los resultados obtenidos según la prueba estadística aplicada a las variables arrojó una significancia de 0,000 y por lo tanto es menor de 0,05. La correlación de Pearson ($r=0.697$). Señala que se trata de una correlación positiva porque el valor está próximo a uno. Conclusión: en relación a los resultados obtenidos, se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Por lo tanto, esto significa que si se incrementa la calidad del servicio se incrementa la satisfacción al cliente.

Silva y Muñoz (2016) Presentó la tesis titulada *“Nivel de conocimiento de los procesos de bioseguridad en profesores, alumnos y trabajadores para elaborar un plan de mejora continua en la Clínica Integral de 7mo. Semestre de la Facultad de Odontología de la Universidad Central de Ecuador. 2016”* Tesis de pregrado. Sustentada en la Universidad Central del Ecuador. El Objetivo del presente trabajo de titulación, no fue otro que obtener información para comparar el nivel de conocimiento de la aplicación de los procesos de bioseguridad, en profesores, alumnos y trabajadores que desarrollan sus actividades en las clínicas integrales de 7mo semestre en la facultad de Odontología de la Universidad Central del Ecuador. El diseño metodológico fue de un estudio descriptivo, comparativo, transversal, y observacional, en el cuál se analizó la aplicación las normas vigentes; por parte de los profesores, trabajadores, y estudiantes de 7mo semestre periodo abril- junio 2016 de la Facultad de Odontología de la Universidad Central del Ecuador. El universo de estudio estuvo constituido por 100 individuos que fueron encuestados y conformados por: 11 docentes, 82 alumnos y 7 trabajadores. Además, se utilizó una guía de observación, elaborada en función de las normas vigentes para posteriormente realizar un análisis comparativo. El estudio dio como resultado un nivel de conocimiento del 61.7 % similares en los tres grupos de estudio, equivalente a un Nivel Medio. Y encontró que los trabajadores por tener un tiempo de vinculación mayor con la institución tienen una concepción más firme sobre bioseguridad que profesores y estudiantes. Conclusión: según el estudio realizado de las variables *“Nivel de conocimiento de los procesos de bioseguridad en profesores, alumnos y trabajadores para elaborar un plan de mejora continua en la Clínica Integral de 7mo. Semestre de la Facultad de Odontología de la Universidad Central de Ecuador. 2016”*. Se menciona que es imprescindible capacitar a los grupos, exigir en los turnos el cumplimiento de las normas establecidas e implantar un sistema permanente de supervisión sobre la aplicación de la normativa de Bioseguridad vigente en la Facultad.

Quinchiguango (2016) Presentó la tesis titulada. *“El Estrés Laboral y su influencia en la Calidad de Servicio que brindan los trabajadores de la Clínica de los Riñones Menydia Quito”*. Tesis de grado. Sustentada en la Universidad Central del Ecuador. El Objetivo de la investigación pretende identificar el estrés laboral y su influencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la clínica de

los riñones Menydial Quito. La Metodología utilizada para la investigación fue descriptiva, comparativa y con enfoque no experimental; mismo que fue empleada para determinar la influencia del estrés laboral en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de Menydial. La población fue tomada a 106 pacientes que manifestaron sus percepciones en cuanto a la calidad de servicio; el resultado del estudio, indica un bajo nivel de estrés con el 49%, sin embargo, tenemos porcentajes de 31% y 20 % de nivel intermedio y estrés respectivamente. Conclusión: según los resultados obtenidos en la investigación de las variables, “El Estrés laboral y su influencia en la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la Clínica de los Riñones Menydial Quito” se establece que tiene un nivel bajo de estrés laboral que afecta directamente en la calidad de servicio.

Scielo (2019) Presentó un artículo titulado. *“Mejora Continua del servicio al cliente mediante servqual y red de petri en un restaurante de Santa Marta, Colombia”*. El Objetivo del estudio es con el fin de obtener una medida de la calidad del servicio mediante el método de servqual y red de petri, con el fin de evaluar la prestación en el servicio del restaurante se Santa Marta, Colombia. La Metodología aplicada en este estudio es de carácter descriptivo, explicativo y correccional. La Población se determinó tomando en cuenta la cantidad de clientes en promedio que asisten al restaurante durante un fin de semana por un mes, dando como resultado un total de 440 clientes. Respecto al tamaño de la muestra se aplicaron 205 encuestas aleatoriamente entre los clientes del restaurante en referencia.

El resultado obtenido de acuerdo al tamaño de la muestra se obtuvo mediante la ecuación estadística para poblaciones finitas (ecuación 1), asumiendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, así como unas variables tanto positivas como negativas del 50% respectivamente. Conclusión: realizadas todos las etapas metodológicas y aplicadas todas las técnicas previstas, las dos herramientas implementadas en el restaurante objeto de estudio (ServQual y Red de Petri), permitieron evaluar la calidad en la prestación del servicio e influir en la satisfacción del cliente, garantizando su fidelización y la sostenibilidad de la organización en el mercado.

Vega (2017). Presento la tesis titulada. *“La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del centro de transferencia*

Tecnológica para la capacitación e investigación en control de emisiones vehiculares - CCICEV". Tesis pregrado. Sustentada en la Universidad Central del Ecuador. El objetivo principal es determinar la relación del servicio y atención al cliente en la satisfacción del usuario del centro de transferencia tecnológica para la capacitación e investigación en control de emisiones vehiculares – CCICEV. La Metodología del trabajo posee un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es diagnóstica descriptiva, el diseño de investigación es de tipo no experimental, transversal-descriptiva, con métodos deductivo, y analítico. La población total de empresas clientes de la unidad de evaluación de la conformidad de vehículos importados fueron de 30 empresas. El tamaño de la muestra donde se seleccionó a 26 servidores que laboran en el Centro, que se relacionen directamente con los clientes externos brindando el servicio que ofrece la institución. Los resultados del cuestionario de servicio y atención al cliente, arroja lo siguiente: en el servicio al cliente el 89,58% de los clientes de la unidad de vehículos importados y el 84,37% de las empresas clientes de la unidad de vehículos nacionales dicen percibir un servicio de calidad. De la misma manera, la atención que reciben los clientes quienes consideran que es de calidad en un 83,33% de la unidad de vehículos importados y un 95,83% de la unidad de vehículos nacionales.

Conclusión:

En base a los resultados obtenidos del cuestionario de satisfacción al cliente se ha determinado que las empresas clientes se encuentran satisfechos tanto con el servicio ofrecido como la atención que brinda la entidad, Asimismo indican que la calidad es considerablemente buena.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Variable 01: Mejora Continua

Definiciones

Según Bonilla et al (2017), plantean que "la mejora continua se fundamenta en el perfeccionamiento constante del diseño original, a cargo de todos los empleados de la empresa, con especial énfasis en los operarios de producción, y no requiere de grandes inversiones". (p.37).

De igual manera Maldonado (2018), menciona que “El mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo”. (p.174).

Asimismo, Murria et al (2019), definen como “El pilar fundamental para ganar esa batalla en equipo. De la utilización de las capacidades de todo el personal, nace la fuerza para la mejora y asegura la sostenibilidad de los resultados”. (p.8).

Según Quiroga (2019), indica que “La mejora continua es un conjunto de técnicas que buscan ayudar a mejorar la calidad de los productos, servicios o procesos, que se prestan o que se venden dentro de una empresa, la finalidad es volver a una empresa más competitiva”. (p.1).

Finalmente, Gonzalez (2012), describe que “Es un conjunto de elementos importantes de acciones correctivas y preventivas consiguiendo la forma más efectiva de la mejora de la calidad y la eficiencia en las organizaciones”. (p.13).

2.2.1.1. Mejora Continua (KAISEN)

De acuerdo con Bonilla et al (2017), Mencionan:

Que es una filosofía japonesa que abarca todas las actividades del negocio, se le conceptualiza también como una estrategia de mejoramiento permanente; puede ser considerada como la llave del éxito competitivo japonés. La mejora puede referirse a los costos, el cumplimiento de las entregas, la seguridad y la salud ocupacional, el desarrollo de trabajadores, los proveedores, los productos etc. La filosofía Kaizen ha sido adoptada exitosamente en muchas corporaciones japonesas, como, Toyota y Sanyo y en otras empresas líderes del mundo como: Mercedes Benz, 3M, Motorola, AT&T, etc. (p.37).

Por lo tanto, la mejora continua es un proceso basada en pequeñas y constantes acciones de cambios para mejorar cualquier actividad y en la cual implica a todo el personal de una empresa.

2.2.1.2. Mejora Continua de Procesos

Según Bonilla et al (2017), refieren:

Que, la mejora continua de los procesos es una estrategia de la gestión empresarial que consiste en desarrollar mecanismos sistemáticos para mejorar el desempeño de los procesos y, como consecuencia, elevar el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos y de otras partes interesadas (stakeholders). En ese sentido, la satisfacción debe entenderse como la relación entre la calidad del servicio o productos, percibida por el cliente, y las expectativas del cliente; así, la mejora continua debe basarse en la medición de los procesos y de sus resultados, de esa manera estará cuidando la satisfacción continua de sus clientes y la optimización de los recursos utilizados para tal fin. (p.31).

Expresan a un conjunto de estrategias, políticas gerenciales y/o normas de una organización donde implantan diferentes actividades de mejoras elevando los estándares de servicios internos y externos.

2.2.1.3. Principios Kaisen

Según Masaaki Imai (1986), da a conocer:

Un Conjunto de principio en los que la filosofía Kaisen basa su ejecución en los siguientes puntos:

- Orientacion al cliente
- Calidad total
- Automatizacion
- Kamban
- Just in time
- Relacion corporativa entre trabajadores y dirección
- Mejora de la productividad

El punto de partida para el mejoramiento es saber identificar un problema u oportunidad de mejora. (p.38).

El Kaisen es una filosofía japonesa y sus principios siempre están orientados a la mejora enfocándose a una continuidad permanente, convirtiéndose a la larga en una estrategia de vida, esta filosofía sirve para cualquier clase o nivel de empresa.

2.2.1.4. Características del Proceso del Kaisen

Bonilla et al (2017), definen las siguientes características:

- Motiva la participación de los trabajadores en la solución de los problemas.
- Fortalece el trabajo en equipo y eleva el nivel de inteligencia emocional de la organización.
- Promueve el pensamiento orientado al proceso, ya que al mejorar los procesos se mejora los resultados.
- No requiere necesariamente de técnicas sofisticadas o tecnologías avanzadas; solo se necesitan técnicas sencillas, como las siete herramientas del control de calidad.
- La resolución de problemas enfoca las causas – raíz.
- Busca elevar la calidad y productividad de los procesos, y su principal motivación es la satisfacción de los clientes (p.38,39).

2.2.1.5. Importancia del Mejoramiento Continuo

Como plantea Maldonado (2018), donde:

Destaca la importancia de esta técnica gerencial, radica en que su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte, las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes. (p.176).

La importancia de este instrumento es que ayudará a evolucionar a las organizaciones hacia los más altos estándares de calidad y desarrollar una cultura dentro de la organización.

2.2.1.6. Ventajas del Mejoramiento Continuo

Según Maldonado (2018), refiere las siguientes ventajas:

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimiento puntuales.
- Consigue mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
- Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
- Permite eliminar procesos repetitivos. (p.176)

2.2.1.7. Cultura de Mejora Continua

Como plantea Murria et al (2019), donde sostienen que:

El éxito de la implantación del sistema está en manos de las personas responsables de los procesos; operarios, coordinadores, supervisores, funciones soportes y, por lo tanto, buena parte de los resultados empresariales los basaremos en su implicación en el cambio. El sistema de mejora debe propiciar el cambio cultural en la forma de entender el trabajo. La participación activa del personal en los grupos de trabajo, y la implicación de toda la empresa en conseguir que los indicadores clave se dirijan hacia los objetivos, conseguirá crear el clima adecuado para ir consiguiendo el cambio cultural. La actitud, la implicación y hasta el lenguaje del día a día van a ir cambiando a medida que se vayan consiguiendo éxito en las primeras actuaciones. La clave del cambio cultural está en que las personas que trabajan en una empresa perciban que lo que es bueno para la empresa es bueno para ellas. (p.9).

2.2.1.8. Clave del Cambio de Mejora Continua

Murria et al (2019), argumenta:

Que no existen recetas mágicas ni fórmulas, el camino se basa en la constancia y el convencimiento de las personas, por ello las claves del éxito son dos:

- La implicación de la dirección es fundamental ya que, durante el proceso de implementación, muchas serán las decisiones a tomar para que se afiance el sistema. Cambiar formas de comportamiento y hábitos es uno de los retos más difíciles de conseguir; y solo una firme determinación de quien debe marcar el camino mandara el mensaje adecuado para que toda la organización se alinee con los objetivos de mejora.
- El promotor de la mejora observara el conocimiento y será el encargado de formar al resto de la organización en las buenas practicas aprendidas que, con el paso del tiempo, formaran el propio sistema de Mejora Continua. (p,9).

2.2.1.9. Principales herramientas de la mejora continua

Como refiere Quiroga (2019), donde destaca:

Que los principales métodos que han introducido o han sido implementado por las empresas son Lean Thinking (Pensamiento Lean) y Six Sigma.

- **Pensamiento Lean:** su finalidad es por medio de técnicas mejorar el desempeño de los trabajadores para aumentar la competitividad y la eficiencia, partiendo del trato de los mismos como seres humanos y parte importante de la empresa. Otro de los principales objetivos de Lean es eliminar los procesos que no agregan ningún valor, reducir el desperdicio y aumentar la efectividad en la producción.
- **Six Sigma:** se puede denominar como sinónimo de eficacia, los objetivos de este método son disminuir la variabilidad y aumentar los niveles de producción, mantener altos ingresos en lapsos cortos de tiempo. También busca reducir los desperdicios que se presentan en los productos. (p.75).

2.2.1.10. Implementación del proceso de mejora continua

Como menciona Quiroga (2019) donde señala:

Que para implementar el proceso de mejora continua es necesario que se mantengan los siguientes principios fundamentales:

- Mantenerse concentrado: hay que entender que puntos hay que mejorar, porque solo entonces será posible establecer los principales puntos de cambio.
- Invertir en la estandarización: una parte importante a la hora de implementar la mejora continua es la estandarización de procedimientos, servicios y productos.
- Realizar la medición: luego de la estandarización es necesario medir los resultados para saber que hay que mejorar y en que hay que priorizar.
- Utilizar los conocimientos: conocer exactamente las formas correctas de aplicar y medir cada uno de los recursos necesarios, su ejecución será mucho mas selectiva
- Aplicar los datos: con todos los datos recolectados es necesario tener el conocimiento de como mejorar los procesos que presentan las falencias. (p105).

2.2.1.11. Requisitos de la mejora continua

Gonzalez (2012), describe:

Que, para el adecuado desarrollo, la mejora continua requiere que se cumplan algunos aspectos en el ambiente de trabajo como se menciona líneas abajo:

- Apoyo en la gestión
- Retroalimentación (Feedback) y revisión de los pasos en cada proceso
- Claridad en la responsabilidad
- Poder de decisión para el trabajador
- Forma tangible de realizar las mediciones de los resultados de cada proceso
- La mejora continua como actividad sostenible en el tiempo y no como un arreglo rápido frente a un problema puntual.

- Participación de los responsables del proceso
- Transparencia en la gestión (p.39).

2.2.1.12. Técnicas y herramientas básicas

Gonzalez (2012), argumenta:

Que, el uso de estas técnicas ayudara a darles mejor uso en la toma de decisiones y por consiguiente a mejorar la calidad de productos y procesos para lograr la satisfacción del cliente.

- **El diagrama de Ishikawa o causa y efecto:** es utilizado para identificar las causas que afectan un determinado problema en una forma cualitativa. Adicionalmente, permite separar las causas principales conocidas como las 5M: Métodos, Mano de obra, Maquinaria, Materiales y Medio ambiente.
- **Hoja de inspección o verificación:** mediante el diseño de un sencillo formato, se recopila información sobre indicadores, causas de los problemas etc. También es conocida como hojas de verificación o chequeo. (p.57).

Su aplicación de estas técnicas básicas es muy simple y pueden ser utilizadas en cualquier organización. Asimismo, éstas ayudan a visualizar las principales falencias de las organizaciones con el propósito de ser mejoradas.

2.2.1.13. Dimensiones

Dimensión 01. Ciclo de Deming (PHVA)

Según, Bonilla et al (2017): Argumentan que las etapas genéricas del proceso de mejora continua se basan en el ciclo PHVA, (planificar – hacer- verificar- actuar), creado por Shewart y dado a conocer por Deming a la alta dirección japonesa en la década de 1950. (p.39).

Tal es así, que el uso de este ciclo es usado como una estrategia que ayuda a cualquier organización y/o empresas a mejorar su competitividad incrementando constantemente y permanentemente sus estándares de calidad en el servicio o producto. El proceso se repite de manera indefinida buscando siempre oportunidades de mejora.

1) Planificar

Tal y como menciona Bonilla et al (2017): requiere:

- Designar y capacitar al personal involucrado
- Revisar los procesos y medir los resultados
- Determinar las necesidades de los clientes
- Relacionar el desempeño de procesos y las necesidades de los clientes
- Establecer las metas
- Proponer el plan y preparar al personal para el despliegue

Para poder planificar es necesario identificar las actividades mas susceptibles dentro de la organización, ya sea escuchando opiniones internas o externas con el fin de buscar nuevas mejoras.

2) Hacer

Según Bonilla et al (2017) mencionan:

- Implementar el plan de mejora
- Recopilar los datos apropiados

Este punto es importante, ya que se implantará las mejores propuestas recogidas como un plan piloto.

3) Verificar

Bonilla et al (2017) plantean:

- Medir y analizar los datos obtenidos luego de implantar los cambios
- Comprender si nos estamos acercando a la meta establecida
- Revisar y resolver los asuntos pendientes.

Implantada la propuesta de mejora, tendrá un periodo de prueba para verificar su funcionamiento.

4) Actuar

Bonilla et al (2017) requieren:

- Incorporar formalmente la mejora al proceso
- Estandarizar y comunicar la mejora a todos los integrantes de la empresa

- Estar atentos a las nuevas oportunidades de mejora.

Dimensión 02. Metodología Cinco ``S``

Citando a Bonilla et al (2017): donde describen:

Que, las cinco ``S``constituyen una de las estrategias que da soporte al proceso de mejora continua (Kaizen), utilizada por la manufactura esbelta, su origen es paralelo al movimiento de la calidad total ocurrida en Japon, en el año 1950, y su principal objetivo es lograr cambios en la actitud del empleado para con la administración de su trabajo. Siendo sus principales valores que se deben reforzar: Clasificar, Organizar, Limpiar, Normalizar y Preservar. (p.32)

La aplicación de estos valores ayudara de manera progresiva a crear un habito y cultura organizacional, siendo de gran importancia en el desarrollo de cualquier actividad.

1) Clasificar

Como mencionan Bonilla et al (2017):

Consiste en retirar del área o estación de trabajo, todos aquellos elementos que no son necesarios para realizar la labor; teniendo como beneficios:

- Liberar espacio útil en planta u oficina
- Mejorar el control visual de stocks
- Reducir los tiempos de acceso al material.

2) Ordenar

Como dicen Bonilla et al (2017), consiste en organizar los elementos que se han clasificado como necesarios de modo que se puedan encontrar con facilidad, es decir: "Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar" o disponer de un sitio adecuado para cada elemento utilizado en el trabajo.

3) Limpiar

De acuerdo con Bonilla et al (2017):

Consiste en eliminar el polvo y la suciedad de todos los elementos de una fábrica. Asumir la limpieza como una actividad de mantenimiento autónomo nos brinda la oportunidad de inspeccionar el estado de las maquinas, equipos y las herramientas, pues "la limpieza es inspección". (p.33).

4) Estandarizar

Como especifican Bonilla et al (2017), la estandarización pretende mantener el estado de limpieza y organización alcanzado con la aplicación de las primeras tres "S", para generar esta cultura se pueden utilizar diferentes mecanismos, uno de ellos es la localización de fotografías del sitio de trabajo en condiciones optimas para que puedan ser visto por todos los empleados y asi recordarles que ese es el estado en el que debería permanecer.

5) Diciplinar

Como indican Bonilla et al (2017), significa evitar que se rompan los procedimientos ya establecidos. Solo si se implanta la disciplina y el cumplimiento de las normas y procedimientos, ya adoptados se podrá disfrutar de los beneficios que ellos brindan. La disciplina es el canal de las cinco "S" y el mejoramiento continuo. Implica la realización de control periódico, visitas sorpresa, autocontrol de los empleados, respeto por si mismo y por los demás, y mejora calidad de vida laboral.

Dimensión 03: Modelo de Gestion ISO

Según Bonilla et al (2017), manifiestan:

Que, el modelo está basado en la Norma ISO 9001: 2008, la cual pertenece a la familia ISO 9000 y se refiere a un conjunto de requisitos para establecer un sistema técnico administrativo que permita gestionar la calidad de los procesos y productos enfocando la satisfacción del cliente y la mejora continua. El modelo debe ser aspirado por toda empresa que desee ser competitiva. La implementación exitosa del modelo es para cualquier tipo de organización y permite obtener un certificado de calidad, expedido por una

entidad acreditada. Los beneficios esperados por la implementación del sistema de gestión son: (p.46,47).

- Mayor participación del mercado
- Incremento en la productividad de los procesos
- Cambio en la cultura organizacional
- Incremento en la rentabilidad

1) Satisfacción del Cliente

El nivel de estado de ánimo de una persona que recibe o percibe un buen producto y/o servicio que alcanza o supera sus expectativas del mismo.

2) Cambio en la Cultura Organizacional

Es un proceso de cambio organizacional asignados a transformar la conducta de los individuos, a través de modificaciones filosóficas de la institución entre las que destacan estrategias y políticas de gestión gerencial.

2.2.2. Variable 02: Calidad de Servicio

Según Vargas y Aldana (2018), señalan que la

'Calidad es un factor de progreso, por cuando ella lleva a buscar la perfección y en esta se encuentra con el hombre como centro. Así, la calidad desarrolla estrategias que orientan al cliente, crea alianzas y redes de desarrollo productivo, eficaz, agíl y flexible'. (p.62).

Asimismo, Vargas y Aldana (2018), definen "El servicio como conjunto de esfuerzos humanos diseñados por el hombre y para el hombre, que traducen en actividades armonizadas y esbozadas para incrementar la satisfacción de necesidades deseos y expectativas de quien lo requiera". (p.156).

De igual manera Fontalvo y Vergara (2010), sostienen que:

'La calidad de servicio como el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes". Juran (1990), la define como " las características de un producto o servicio que la proporcionan la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes'. (p.22).

Según Cuatrecasas (2010), afirma como ‘

El conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”. La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. (p.17).

Asimismo, Aldana et al (2011), definen que:

Según la norma ISO 8402, es “ El conjunto de características de una entidad, que le confiere la actitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas”. La Iso 9000 del 2000 la toma como el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. (p.35).

Finalmente, Valls et al (2017), hacen referencia a Gronroos (1984), donde indica que:

La calidad del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, denominada calidad de servicio percibida, donde el cliente compara sus expectativas con su percepción del servicio recibido. Por lo tanto, depende de dos variables: el servicio esperado y el servicio recibido. (p.133).

2.2.2.1. Elaboración de un Proceso de Calidad en el Servicio

Según Vargas y Aldana (2018), donde manifiestan:

Que, la educación constituye la primera etapa en la calidad de servicio. Como base del cambio de actitud que modifica los comportamientos, es fundamental para que el proceso sea efectivo. Cuando se educa y capacita en el proceso estratégico que lleva la organización, se debe hacer también una sensibilización hacia los conceptos y las implicaciones del proceso. En este paso la organización debe dejar muy claros los propósitos estratégicos para que el trabajador pueda colaborar en el desarrollo de ellos. De igual forma, se deben establecer las expectativas tanto de la organización hacia el trabajador como el trabajador con la organización. Así se contará con sistema claro de comunicación que sin duda alguna conducirá al

compromiso y a la interacción constante. Es en este espacio donde se debe clarificar la estrategia de servicio que define el rumbo de la empresa. (p.277).

2.2.2.2. Características del Servicio

Los autores, Vargas y Aldana (2018), indican:

Que, otro aspecto esencial dentro de la conceptualización del texto, son las características del servicio, entendidas como un rango distintivo medible que permite determinar los atributos peculiares de una persona o cosa. El papel primordial se centra en la creación de retos y oportunidades especiales en el marketing. Los servicios presentan algunas características específicas muy distintas de las de los bienes de consumo, que van a coordinar la gestión y la calidad desde el mismo momento del diseño ellas son: (p.162).

- La propiedad
- El contacto directo
- Participación del cliente
- La inseparabilidad del proceso
- Heterogeneidad
- Caducidad
- Fiabilidad humana
- Control de calidad
- Desarrollo y perfeccionamiento del sistema

2.2.2.3. La Cultura del Servicio

Vargas y Aldana (2018), enfatizan:

Que, es un Conjunto de ritos y creencias que diferencian a una organización de otra, en un contexto social que influye en los modos cómo se comportan y se relacionan las personas, expresado en una manera de actuar, sentir y pensar en función al cliente” (Serna,1992, p.65). Según Zeithaml y Bitner (2002), se trata de “un patrón de valores y creencias compartidas que da sentido a los miembros de una organización y les proporciona las normas para comportarse dentro de la organización” (p.379). Asimismo, Gronroos

(2000) define la cultura de servicio como "una cultura en la que existe aprecio por un buen servicio y donde prestar un buen servicio a los clientes internos, así como a los finales o clientes externos se considera una forma de vida natural y de las reglas más importantes para todos". (p.169).

Una cultura de servicio es concebida por un conjunto de valores, normas y prácticas que se comparte en una organización, donde su enfoque de servicio es mejorar y su eje central está dirigido al cliente.

2.2.2.4. Modelo de calidad en el servicio internacional escuela nordica

Vargas y Aldana (2018), citan a Gronroos (1994), donde:

Expresa que la calidad de servicio resulta de integrar la calidad total alrededor de tres dimensiones: la calidad técnica, la calidad funcional y la imagen corporativa. En cada una de estas dimensiones se encuentran los atributos que condicionan la percepción que un sujeto tiene de un bien o de un servicio puro. Este modelo define y da a conocer la calidad del servicio asociando la gestión y poniendo de ante mano las actividades propias del marketing y la relación del intercambio con un mercado de consumidores. Gronroos afirma que la calidad total percibidas en el momento en que la calidad experimentada satisface las expectativas que tiene el consumidor. Para el, la calidad del servicio percibida a través de las expectativas evaluadas se debe dar en el entorno de las dimensiones de la calidad. (p.198).

2.2.2.5. Modelo para la medida de la calidad del servicio

Los autores Fontalvo y Vergara (2010), señalan:

Que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que sobre él se habían formado; por lo tanto, para la evaluación de la calidad del servicio es necesario contar con esas expectativas y percepciones reales de los clientes teniendo en cuenta, además las expectativas y percepciones para la empresa que son el resultado de un ciclo permanente a partir de los resultados arrojados por el

mismo y son nuevamente procesados para aproximarse aún más las necesidades y expectativas de estos.

Considerando lo anterior, los directivos que lideran la gestión de la calidad no solamente deben poseer competencias para la gestión de la organización, sino que también deben tener la capacidad de detectar las expectativas de sus clientes, estableciendo los procesos que puedan proporcionarles satisfacción a los clientes en el corto plazo. (p.35).

2.2.2.6. Dimensiones y aspectos de la calidad de servicio

Fontalvo y Vergara (2010), citan a Julia y Porsche (2002), donde hacen referencia a estos aspectos y afirman que la calidad del servicio es aplicable a cualquier tipo de organización y actividad intangible (p.38).

DIMENSION	ASPECTOS
ELEMENTOS TANGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento de aspecto moderno • Instalaciones físicas visualmente atractivas • Apariencia integral de los trabajadores • Elementos tangibles atractivos
FIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de promesas • Interés en la resolución de problemas • Realizar el servicio inmediatamente • Concluir en el plazo prometido • Ser atendido
CAPACIDAD DE RESPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores comunicativos y asertivos • Colaboradores rápidos • Colaboradores dispuestos a ayudar • Colaboradores que responden • Colaboradores creativos y recursivos
SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores que transmiten confianza • Clientes seguros con su proveedor • Colaboradores amables y bien formados
EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada al cliente • Horario conveniente • Atención personalizada de los colaboradores • Preocupación por los intereses de los clientes • Comprensión por las necesidades de los clientes

2.2.2.7. Características de la calidad en los servicios

El autor, Cuatrecasas (2010), menciona que según:

Las normas ISO, varias son las razones para prestar una especial atención a la calidad del servicio, entre las que se cuentan:

- Mejorar la prestación de servicio
- Mejorar la productividad, la eficacia y reducir costes
- Mejorar el mercado

Ello supondrá realizar un esfuerzo especial para gestionar los procesos sociales del servicio, considerar las interacciones humanas como un elemento esencial de la calidad del servicio, desarrollar las competencias y aptitudes del personal y motivar al personal a la mejora de la calidad y alcanzar las expectativas del cliente sin olvidar ya lo comentado anteriormente acerca del reconocimiento de la importancia de la percepción del cliente, la imagen de la cultura y de las prestaciones de la organización de servicio. (p.46).

2.2.2.8. Círculos de calidad

Según, Cuatrecasas (2010), Considera:

El concepto inicial de los círculos de calidad se basa en una reunión voluntaria de una serie de empleados relacionados con un ámbito común de la empresa y que trataban de analizar y solucionar, de una forma continua y participativa, los diferentes problemas de su entorno de trabajo. Los círculos de calidad buscan fundamentalmente la mejora continua en el ámbito de la gestión de calidad total. Responden a la idea de motivar a todos los empleados, otorgándoles la responsabilidad de solucionar los problemas de los medios de trabajo, de los procesos y de los sistemas que manejan, aportando ideas, sugerencias y proyectos a la dirección. De esta forma, las personas se sienten útiles, no solo por su capacidad física sino también por su capacidad intelectual, y sus esfuerzos son valorados y reconocidos por la dirección. Los resultados que consiguen los círculos son diversos:

- Mejora la calidad de procesos y sistemas
- Aumento de la productividad
- Disminución de costes
- Implicación y motivación de las personas (p.87).

2.2.2.8. Cultura de la calidad

Según Aldana et al (2011), refieren:

Que, para entender el significado de cultura de la calidad es necesario retomar el concepto de calidad, entendida como principio y filosofía de vida personal que, según Cantú, "Requiere individuos con empuje e iniciativa, que estén dispuestos y sepan cómo trabajar en equipo, para que mediante la toma conjunta de decisiones sean responsables de la calidad, de su proceso y de la satisfacción de los clientes interno y externo". Como ya se mencionó antes, la cultura de excelencia y calidad implica un cambio en los valores culturales de los individuos. Los principios y valores que deben existir en la organización han de convertirse en una mística de trabajo orientada al mejoramiento continuo. Solo en la medida en que los valores orientados a la calidad se arraiguen en la cultura de la organización podrá avanzarse en el desarrollo de la cultura por la calidad. (p.52).

2.2.2.9. Planificación de la Calidad

Los autores Aldana et al (2011), de acuerdo con Joseph Juran (1990), señala:

Que "el objeto de planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medio para producir productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes". También considera que para lograr la calidad se requieren tres principios, que él llama trilogía de la calidad. Estos principios son:

Planificación de la calidad: permite diseñar productos y servicios de tal manera que cumplan con las necesidades y deseos de los clientes.

Control de la calidad: Se sigue durante la elaboración de los productos o servicios, para garantizar que se cumplan los objetivos de calidad, consta de

los siguientes pasos: evaluar el comportamiento de la calidad real, comparar el resultado con los objetivos trazados y actuar sobre las diferencias.

Mejoramiento de la calidad: busca elevar los niveles de calidad en forma permanente y es responsabilidad de los equipos de mejoramiento. (p.67).

2.2.2.10. Gestión del servicio

Desde la posición de Valls et al (2017), expresan:

Que, es un método sistemático y estructurado para planear, organizar y controlar el desarrollo y forma de dar los servicios. Es también un arma que puede emplearse para obtener éxito en los negocios. Existen tres factores claves para lograr el éxito en la gestión del servicio (Albrecht,1990). Los mismos son:

- Una visión o estrategia para el producto del servicio
- El personal de contacto con el público orientado hacia el cliente.
- Los sistemas amables para el cliente. (p.30).

La gestión por el servicio cuenta con gran relevancia, ya que concentra un conjunto de planes, direcciones y coordinaciones de una organización con el fin de proporcionar respuesta oportuna a los clientes.

2.2.2.11. Ciclo del Servicio

En la opinión de Valls et al (2017), sostienen:

Que, es un mapa de los momentos de la verdad de una institución, a medida que lo experimentan los clientes; se activa cada vez que un cliente se pone en contacto con la entidad. Según Albrecht (1990); es una cadena continua de acontecimientos que debe atravesar un cliente cuando experimenta un servicio. Es importante mencionar que en el ciclo del servicio el eslabón fundamental lo constituye el momento de la verdad. En el Diccionario Electrónico de Marketing (2005); Todos los puntos de contacto entre el consumidor o usuario y la empresa proveedora de un bien o servicio. De la calidad que se perciba en estos momentos de verdad, el cliente forma su actitud ante la empresa o el servicio. Según Acevedo (1986), plantea que

“los momentos de la verdad son aquellos instantes que marcan la diferencia entre el éxito y el fracaso en cualquier actividad, profesión u oficio”. Un momento de la verdad requiere la presencia del cliente externo y se materializa por el contacto del mismo con cualquier elemento de la organización. (p.35).

2.2.2.12. Dimensiones

Dimensión 01. Indicadores de Gestión

Desde el punto de vista de Vargas et al (2018), mencionan:

Que, cuando se habla de gestión de indicadores se debe tener en cuenta que medir es comparar un resultado con un estándar preestablecido, con los objetivos de eliminar la incertidumbre en las organizaciones. Esto implica tomar las variables críticas para el éxito del proceso y así obtener una gestión eficaz, eficiente y efectiva, que conduzca a la competitividad y a la supervivencia institucional. Un indicador de gestión es definido como la relación entre variables cuantitativas y cualitativas que lleva a observar situaciones y tendencias de cambio que se producen en el objeto o fenómeno observado, en los atributos del producto en proceso o en el producto o servicio en sí, respecto a las metas esperadas. En este sentido los indicadores son, ante todo, información y constituyen un medio, no un fin, pueden ser valores, unidades o series estadísticas. (p.288).

1) Eficiencia

Indicador y resultado que mide el nivel de recursos empleados en un proceso para atender los requisitos de los clientes.

Se puede decir, que la eficiencia esta asociada a la utilizacion optima de los recursos invertidos en el proceso de gestion, asi como mejorar continuamente la prestacion de los servicios ofrecidos.

2) Eficacia

La eficacia es un concepto fundamental en los sistemas de gestión. Las organizaciones implantan sistemas de gestión, entre otros motivos, para garantizar que

sus actividades se desarrollan de manera eficaz y poder demostrarlo. La definición dada es genérica en cuanto a que no especifica qué tipos de resultados consiguen las organizaciones puesto que el concepto de eficacia es de aplicación a cualquier disposición que se planifica los procesos que realiza la organización, los productos que cumplen los requisitos del cliente, el cumplimiento de la legislación.

3) Efectividad

La efectividad es el logro de la mayor satisfacción del cliente y de la empresa mediante procesos mejores y más económicos. Es decir, la efectividad es el logro simultáneo de la eficacia y la eficiencia. La efectividad es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos que se han planificado: cantidades a producir, clientes a tener, ordenes de compras a colocar, etc. Cuando se considera la efectividad como único criterio se cae en los estilos efectivitas, aquellos donde lo importante es el resultado, no importa a que costo. (Gonzales, 2007).

Dimensión 02. Medición de servicio

De acuerdo con Vargas et al (2018), mencionan:

La calidad que se ofrece no corresponde necesariamente con la que el cliente percibe. En ello influyen algunos factores como la comunicación, no contar con los soportes suficientes frente a la oferta de valor que se da a partir de la estrategia, la ausencia de sistemas y de procesos estandarizados, personas no satisfechas y clima laboral arduo en la organización, falta de liderazgo o una organización diseñada para procesos duros y poco humanizada, y por lo tanto carente de cultura de servicio. Todo lo anterior ha llevado a las organizaciones a reflexionar sobre las formas de medir la satisfacción de los clientes de manera tal que se dé, a lo largo y ancho de la organización, información confiable para la mejora de todos los elementos que la componen.

Sin embargo, es necesario destacar que la medición no se refiere solo a recoger datos, sino que debe ser un instrumento muy valioso para la toma de decisiones y para la mejora continua de cualquier organización. (p. 251).

1) Comunicación

Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

2) Clima Laboral

Incluye desde la forma de relacionarse de los empleados hasta la satisfacción de los mismos. En otras palabras, el clima laboral es el medio en el que se desarrolla un trabajo. Dependiendo de la organización, así como la calidad de dicho ambiente, este puede ser más o menos bueno. En este sentido, el clima en la empresa tiene un gran impacto, así como en los empleados. Pues, en función de este y los medios que este ofrece, un empleado podrá desarrollar su trabajo a un mayor o menor rendimiento.

3) Liderazgo

El líder de la calidad en el servicio debe tener grandes valores que le lleven a desarrollar una gestión que alcance la efectividad y la calidad en el liderazgo. Estos valores se reflejan en la capacidad de poseer una visión alta y compartida, ser altamente perceptivo, participativo, innovador y entusiasta, tener disposición al cambio, contar con una firme vocación hacia la calidad en el servicio y, por lo tanto, orientarlo a los clientes internos y externos de la organización y tener habilidad para el trabajo en equipo y facilidad para el empowerment.

Dimensión 03: Sistemas

Según, Vargas et al (2018), Consideran:

Que toda organización, desde la alta dirección hasta los empleados de base, debe desempeñarse conforme a los diferentes sistemas, procesos y actividades establecidos, en los cuales se apoya el empleado. Ellos deben estar debidamente diseñados para la convivencia del cliente y no para la convivencia de la organización. Las instalaciones físicas, las políticas, los procedimientos y los

métodos de comunicación han de decirle al cliente: estamos para satisfacer sus necesidades.

En primer lugar, se entiende por un sistema el conjunto de elementos organizados de tal forma que sus unidades dependan unas de otras. (p. 166).

Por lo tanto, el sistema abarca un conjunto de elementos prescindibles para el desarrollo de diferentes actividades en relación a las funciones establecidas con el fin de lograr objetivos comunes en beneficio de la organización.

1) Normas

Tal y como menciona Vargas et al (2018) donde indica:

Que estas se encuentran constituidos por pautas y reglamentos que se convierten en requisitos por cumplir. Las normas o políticas son vitales para toda forma de organización humana, ya que al ser internalizadas por los individuos que componen el conjunto, hacen innecesaria la constante supervisión y refuerzo, ya que cada persona actúa en conformidad con el código aprendido. (p.166).

Se puede decir, que la ausencia de normas y/o políticas de cualquier empresa conducen a la desorganización, llevando a la pérdida de tiempo, energía o al malestar del personal. Por lo tanto, una buena política de normas es clave para la convivencia productiva de los trabajadores.

2) Técnico

Describen, Vargas et al (2018):

Reunen las herramientas físicas y técnicas para realizar y llevar a cabo el producto o servicio al cliente. Los elementos técnicos del servicio son los que definen y disponen la organización para prestarle un servicio con calidad al cliente. La tecnología permite volver más eficientes y efectivos los procesos, las funciones y las tareas, así como la eliminación o reducción de pasos que no agregan valor o que son repetitivos, de manera que se simplifican los tiempos de espera y se llegan a tener los indicadores de velocidad de respuesta que se han prometido desde una misión establecida y, por supuesto, desde la estrategia definida para la organización. (p. 167).

3) Procesos

Según Vargas et al (2018), mencionan “que estas se encuentran constituidos por la secuencia de pasos y actividades para realizar y llevar a cabo el producto o servicio de la persona que lo demanda”. (p.166).

Se puede decir que, el proceso está conformado por un conjunto de operaciones que son impartidas a todo el personal que tendrá como finalidad garantizar la satisfacción al cliente.

2.3. Definición de términos básicos

Kaisen. Es un termino japonés que significa Kai (cambio) Zen (mejora) mejoramiento continuo, viene a ser una metodología japonesa que se emplea de manera diaria ya sea en entorno organizacional, profesional o social.

La mejora continua es conceptualizada también como una estrategia de mejora permanente y como la llave del éxito competitivo dentro de las empresas.

Optimización. En términos generales hace referencia a utilizar todos los recursos o técnicas de forma eficiente posible y, en el mejor de los casos, utilizando la menor cantidad de recursos.

Por lo tanto, la optimización tiene como objetivo mejorar el resultado en aquello que hacemos tratando de establecer acciones de mejora en aquellas tareas que intervienen en la elaboración del producto y/o servicio que ofrecemos desde nuestra organización.

Implementar. La palabra implementar permite expresar la acción de poner en práctica, medidas y métodos, entre otros, para concretar alguna actividad, plan, o misión, en otras alternativas.

Una implementación se refiere a la ejecución, aplicación y/o puesta en marcha de una idea u plan programado de una determinada cosa en entorno general.

Cultura de servicio. La cultura del servicio se define como la utilización de las mejores estrategias del recurso humano, técnico y tecnológico, que permitan una

adecuada y creciente relación e integración entre todos los agentes sociales comprometidos: personas, empresas y comunidades.

Cultura Organizacional. La cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones.

En una organización es un marco y cumulo de valores, hábitos y creencias compartidos que le dan sentido y ejemplo a sus miembros y les confieren las pautas de conducta dentro de ella

Thinking Lean. Llamados también pensamientos lean, es una filosofía japonesa de la mejora continua y hace referencia a detectar aquellas actividades o recursos que se podrían omitir en los procesos.

Esta filosofía esta enfocada en la eliminación de desperdicios, basándose en hacer mas con menos utilizando lo menos recursos posibles esto asu ves afecte positivamente a los las empresas y clientes.

Competencia Laboral. Se define como conocimientos habilidades y actitudes necesarios para el correcto desempeño de una determinada actividad laboral dentro de una organización.

Por lo tanto, es un a capacidad efectiva que debe poseer una persona para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral. Sin duda están relacionadas con la capacitación y el nivel educativo de las personas que trabajan en una empresa.

Estrategia. Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto busca alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos, esto puede ser aplicado en diferentes ámbitos así como empresariales y militares.

El concepto también se utiliza para referirse a un plan ideado o un proceso seleccionado para dirigir un asunto.

Deficiencia. El término hace referencia a cualquier elemento, cosa o situación que no sea perfecta o que posea algún tipo de imperfección, carencia o defecto. Una persona o una situación determinada no son eficientes, por lo cual son erróneas o malogradas.

Llevado a la deficiencia laboral distingue el comportamiento de una persona dentro de su área de trabajo al no sentirse comprometido por la actividad que desempeña la falta del trabajo en equipo, el descuido en sus materiales y el maltrato al cliente.

Normas. Las normas de una empresa son el conjunto de disposiciones formales o informales que rigen el funcionamiento interno de una organización administrativa como normas de seguridad, convivencia, vestimenta etc.

Se refiere al conjunto de reglas establecidas por las empresas que determinan el funcionamiento y el comportamiento del capital humano para una mejor convivencia, cordialidad y respeto en el ambiente laboral para que las actividades de cada persona se puedan desarrollar de la mejor manera.

Iso. Son las siglas en ingles International Organization for standardization se trata de la Organización Internacional de Normalización o Estandarización y se dedica a la creación de normas o estándares para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia de productos y servicios. Son las llamadas Normas ISO.e Normalización.

Esta organización establece las condiciones minimas y necesarias que debe reunir un producto o servicio mediante guias y herramientas que aseguran la calidad de los productos y estas pueden ser certificadas a todas las empresas que las requieran.

Marketing. Es un término inglés que significa mercadeo o mercadotecnia, siendo un conjunto de tecnicas y estudios que tiene la finalidad de mejorar la comercialización de un producto.

El marketing tiene como responsabilidad de estudiar el comportamiento de los mercados asi como las necesidades de los consumidores para poder atraer y captar a los clientes y poder ofrecerles satisfacción en el servicio.

Capacidad de respuesta. Hace referencia a la facultad y derecho a un conjunto de aspectos fundamentales que ponen los prestadores de servicio para satisfacer una necesidad oportuna a tiempo, la calidad deseada y la comunicación correcta. Es considera como la suma de la prontitud y la disposición que ponen lo

prestadores de servicios en satisfacer una demanda que tan rápido y eficiente la empresa responde a ello.

Empatía. Se entiende por la capacidad que tiene una persona de saber percibir los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar.

La empatía hace que las personas se ayuden entre sí, esto se relaciona con el amor y preocupación por los demás y a la capacidad de ponerse en el lugar del otro manteniendo un equilibrio en el estado emocional.

Liderazgo. Conjunto de habilidades gerenciales que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado. Es un gran negociador con velocidad en las respuestas. Debe contar con una gran actitud para saber escuchar, comunicarse y visualizar a las personas que tiene a cargo y potenciarlas lo mejor posible, debe tener un gran sentido de éxito, seguridad en sí mismo, constancia, entusiasmo, compromiso y habilidad para lograr interacción profesional con el cliente.

Eficacia. Es la capacidad de alcanzar el cumplimiento de las metas perseguidas a través de un plan, sin tener en cuenta la economía de medios empleados para la consecución de los objetivos.

Servicio de calidad. La calidad en el servicio es una de las organizaciones privadas, públicas y sociales que implementan para garantizar la plena satisfacción de sus clientes tanto internos como externos.

Consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre el servicio que va a recibir el grado en el que el servicio satisface sus necesidades o requerimientos, esto implica hacer las cosas bien, con actitud positiva y espíritu de servicio.

Trabajo en equipo. Es el trabajo hecho por un grupo de personas, donde todos tienen un objetivo en común, para que se considere de tal manera debe tener una estructura organizativa que favorezca la elaboración conjunta del trabajo y solución conjunta de problemas.

El trabajo en equipo crea una sinergia en los integrantes de grupo esto hace que la realización de actividades se obtengan los mejores resultados gracias al colectivo.

Capacitación. Se define capacitación a las acciones formativas que lleva a cabo una empresa orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades, aptitudes y conductas de sus trabajadores. La capacitación favorece en el desarrollo personal mejorando las capacidades del trabajador que son necesarios para cumplir los objetivos de las empresas.

Perfil profesional. El perfil define las competencias que una persona debe dominar para el desempeño de una actividad laboral.

Esas competencias deben contemplarse con un conjunto de saberes, técnicas, actitudes, formación y experiencias que un trabajador debe incluir en su curriculum vitae, esto asu ves permitirá acceder a una organización concreta.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG. Existe relación entre la Aplicación de un plan de Mejora Continua y su Influencia en la Calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1. Existe relación entre la Aplicación de un plan de Mejora Continua y los Indicadores de Gestión del restaurante de ACENESPAR-GC-2020.

HE 2. Existe relación entre la Aplicación de un plan de Mejora continua y la Medición de Servicio del restaurante de ACENESPAR-GC-2020.

HE 3. Existe relación entre la Aplicación de un plan de Mejora Continua y los Sistemas del restaurante de ACENESPAR-GC-2020.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

Variables 01. Mejora continua

Según Bonilla et al (2017), definen:

'La mejora continua como el perfeccionamiento constante del diseño original, a cargo de todos los empleados de la empresa, con especial énfasis en los operarios de producción, y no requiere de grandes inversiones. Afectan al producto y a los procesos que permiten su obtención, incluyendo los procesos de gestión'. (p.37).

Variables 02. Calidad de servicio

Según Cuatrecasas (2010), afirma como

El conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario, La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y

especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo'. (p.17).

3.2.2. Definición de operacionalización

Según Hernández, et al (2014), indica que:

El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización. Asimismo, (Solís, 2013), menciona "La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable" (p. 211).

Variables 01. Mejora continua

La variable de mejora continua se encuentra estructurada por tres dimensiones las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario.

- El Ciclo Deming PHVA
- La metodología 5 "S"
- Modelo de gestión ISO

Variables 02: calidad de servicio

La variable Calidad de Servicio, está conformada por tres dimensiones donde las mismas conforman el instrumento llamado cuestionario.

- Indicadores de gestión
- Medición de servicio
- Sistemas

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de Investigación

Hermoza, A (2017), define "el tipo de investigación aplicada; cuyo propósito es dar solución a situación o problemas concretos e identificables (Burnge,1971)". (p. 42). La investigación aplicada parte por lo general del conocimiento generado por la investigación básica.

En tal sentido la investigación aplicada se encuentra muy relacionada con la básica, pues que depende de los resultados y avances de esta última, de modo que, al investigador lo que le interesa son las consecuencias prácticas.

3.3.2. Nivel de investigación

1) Descriptivo

Según Hernández, et al (2010), manifiestan que:

“Los estudios descriptivos averiguan describir las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos y/o a cualquier otro que domine a un análisis”. (p. 80).

Es decir, este estudio de investigación intenta calcular y/o medir recogiendo información de manera individual sobre los conceptos expresados en las variables.

2) Correlacional

Citando a Hernández (2010), expresan:

Que este tipo de estudios tiene como objetivo entender la relación o nivel de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. (p. 81)

Es decir, que la correlación en si examina el grado de asociación entre las variables para luego pasar por una identificación y análisis de vinculación.

Donde

m = muestra

ox = Mejora Continua

oy = Calidad de Servicio

r = relación entre las variables

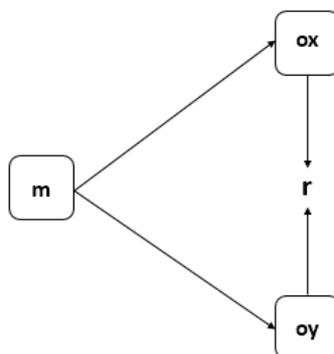


Tabla 1.

Valores de la prueba de correlación de Rho Spearman

Valores	Lectura
De -0,90 a -8	Correlación muy alta
De -0.38 a -0.90	Correlación alta
De -0.68 a -0.30	Correlación moderada
De -0.58 a -0.60	Correlación baja
De 0 a -0.50	Correlación prácticamente nula
De 0 a 0.50	Correlación prácticamente nula
De +0.58 a 0.60	Correlación baja
De +0.68 a 0.30	Correlación moderada
De +0.38 a 0.90	Correlación alta
De +0.98 a 8	Correlación muy alta

Fuente: Tomado de Bisquerra, R. (2006). Metodología de la investigación Educativa. Madrid: Muralla.

3.4. Diseño de la investigación

3.4.1. No experimental

Según Hernández et al (2014), argumentan:

Que, “La investigación no experimental son estudios que se efectúan sin necesidad de manipular alguna variable; estos solo son estudio de observación de dichos fenómenos para ser analizados”. (p. 152).

En consecuencia, el diseño no experimental no produce ninguna disposición en la cual se puedan ver alterados ni mucho menos influir en dichas variables por lo tanto estas no pueden ser manipuladas.

3.4.2. Enfoque cuantitativo

Según Humberto et al (2014), expresan:

Que, “Un enfoque se califica por emplear métodos y técnicas cuantitativas de cantidad o relativo a ella, tal es así que tiene relación con la medición de unidades de análisis”. (p.97).

Por lo que quiere decir que, este enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos estadísticos con el fin de responder a las preguntas de investigación y probar la hipótesis establecida.

3.4.3. Corte transversal

Hernández et al (2014), afirman:

“El diseño de corte transversal recopila información en un solo momento tiempo y espacio único”. (p. 154)

Por lo tanto, el estudio transversal se establece como un tipo de investigación observacional donde solo se analiza los datos de las variables en un periodo de tiempo sobre una población o muestra.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

López (2019), menciona a Hernández (2003), donde expresa:

Que, “Es un grupo de personas o cosas que se identificarán en una investigación donde estas estarán constituidas en un área o sitio de estudio”. (p.31).

Por lo tanto, se puede hablar que la población es un conjunto finito o infinito de componentes, objetos, personas u animales; esta investigación estima como población a un grupo de 35 trabajadores del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020; como población para el estudio.

3.5.2. Muestra

Según López (2019), Cita a Hernandez (2003), donde indica: que, "Es un subgrupo de una localidad u área pertenecientes a un conjunto expresado como población, donde la muestra será tomada de la misma población". (p.31).

Se puede expresar que el sub conjunto es la representación de una población por medio de una selección aleatoria o mecánica de los elementos de análisis.

3.5.3. Muestra Censal

En este sentido Ramírez (2018), cita a López (1998), donde opina que "La muestra censal es aquella porción que representa toda la población". (p.39).

En vista de que la población es pequeña se selecciono el 100% de toda la población; por tal motivo la muestra de estudio en censal el mismo que constara de 35 trabajadores del sector restaurante de ACENESPAR-GC.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica de recolección de datos

Técnica: la encuesta

Según Córdova (2018), donde cita a Kuznik et al (2010), afirman: Que, "la manera práctica, propia y concreta para realizar oportunamente un proceso de investigación acordes a preguntas estipuladas por el investigador". (p.33)

Asimismo, se puede decir que la encuesta es una técnica que utiliza un cumulo de procedimientos estandarizados donde se recogen y analizan los datos de una población del que se pretende explicar sus características.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

Instrumento: cuestionario

A juicio de Córdova (2018), donde cita a los autores García et al (2010), Estipulan que: "es una configuración de lineamientos encargados de resumir los datos a través de las respuestas a un conglomerado de interrogantes". (p.34).

De tal manera, el cuestionario es un instrumento elaborado por un cumulo de preguntas delineadas donde se obtienen los datos necesarios para los objetivos del estudio.

Tabla 2.

Ficha técnica cuestionario de encuesta

Titulo:	Aplicación de un plan de mejora continua y su influencia en la calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.
Ficha técnica:	Cuestionario - Encuesta
Autor:	Elizabeth Rocio Reyes Pozo
Institución:	Universidad Privada Telesup
Año:	2020
Tipo de instrumento:	Cuestionario
Duración	15 minutos
Cantidad de preguntas:	36 preguntas
Ámbito de aplicación:	Empleados del área del restaurante de ACENESPAR-GC
Forma de administración:	Encuesta virtual

El cuestionario constara de 5 dimensiones:

1. Nunca
 2. Casi nunca
 3. A veces
 4. Casi siempre
 5. Siempre
-

Fuente: Elaboracion propia

3.6.3. Escala de Likert

Desde la posición de Camacho et al (2018), cita a Malhotra (2008), indica:

que “es una escala de clasificación que requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones de una serie acerca del objeto estímulo”. (p.33).

Por lo tanto, la escala de Likert es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le propongamos.

Tabla 3.

Calificación y evaluación del cuestionario de Mejora continua y su influencia en la Calidad de Servicio

Alternativas	Afirmación
N	Nunca
CN	Casi nunca
A	A veces
CS	Casi siempre
S	Siempre

Fuente: elaboración Propia

3.7. Métodos de análisis de datos

El instrumento fue aplicado a los trabajadores del sector restaurante de la Asociación de ACENESPAR-GC.

La investigación esta enfocada en un nivel descriptivo correlacional cuantitativo, por lo tanto, los datos recopilados por medio de la técnica de encuesta permitio procesar dichos datos a través del uso del programa de Excel, de igual modo se aplico el Alfa de Cronbach y Rho Sperman, que luego de los resultados obtenidos se elaboró las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

3.7.1. Validez del instrumento

Córdova (2018), hace referencia a Kerlinger (1992), hace mención:

Que “al grado que el instrumento asume para realizar las mediciones de las variables que pretende medir”. (p.34).

De este modo, la validez viene hacer un grado en que una prueba mide la misma que permita medir y esta es válida en la medida que las evidencias empíricas legalizan la interpretación de la valoración arrojadas por el test.

Tabla 4.
Validación de juicio de expertos

Experto	Validador	Nivel de aplicación
Mg. Synthia Maritza Molina Cabrera	Temático	Aplicable
Mg.Michel Jaime, Mendez Escobar	Metodólogo	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

3.7.2. Confiabilidad del instrumento

Desde la posición de Córdova (2018), cita a Bernal (2010), donde explica:

Que, “la coherencia de los valores obtenidos a las personas sondeadas al momento de ser observados por intermedio del mismo instrumento, pero en circunstancias diversas”. (p.34).

Asimismo, la confiabilidad hace referencia al nivel de exactitud y/o seguridad con el cual será aceptados los resultados obtenidos en la medición. Por tal razón, el alfa de Cronbach y el software estadístico SPSS permitirán establecer la fiabilidad del instrumento estructurado por 36 interrogantes que fueron orientados a los 35 trabajadores del sector de restaurante de ACENESPAR-GC.

Análisis de Fiabilidad:

Tabla 5.
Escala de interpretación de la confiabilidad

Interpretación	Escala		
Alta confiabilidad	0.9	a	8
Fuerte confiabilidad	0.36	a	0.89
Moderada confiabilidad	0.5	a	0.35
Baja confiabilidad	0.08	a	0.69
No es confiable	-8	a	0

Fuente: Pino (8985). Estadística. Lima: INIDE

3.7.3. Hipotético - deductivo

Ñaupas et al (2014), expresan que: “el método hipotético – deductivo se basa en ir de la hipótesis a la deducción para establecer la verdad o falsedad del desarrollo o del entendimiento a través del principio de falsación”. (p.136).

De esta manera, este modelo del método científico es el procedimiento que sigue el investigador para realizar una práctica científica, el mismo que está compuesto por pasos indispensables como la observación del fenómeno a estudiar, la creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias y la comprobación de la verdad.

3.8. Aspectos Éticos

El empleo de la información, así como la identidad de los trabajadores sondeados fue correctamente respetada.

En cuanto al valor social, los trabajadores que participaron en la presente encuesta, mostraron disponibilidad por lo que se puede decir que no fueron obligados a la realización del mismo.

Dentro de la validez científica, las presentes teorías, así como las ideas de terceros se encuentran debidamente referenciadas.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Tabla 6.

Análisis de la variable mejora continua

MEJORA CONTINUA			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	14	40%
	Regular	16	46%
	Alto	5	14%
	Total	35	100%

Fuente: Cuestionario propio

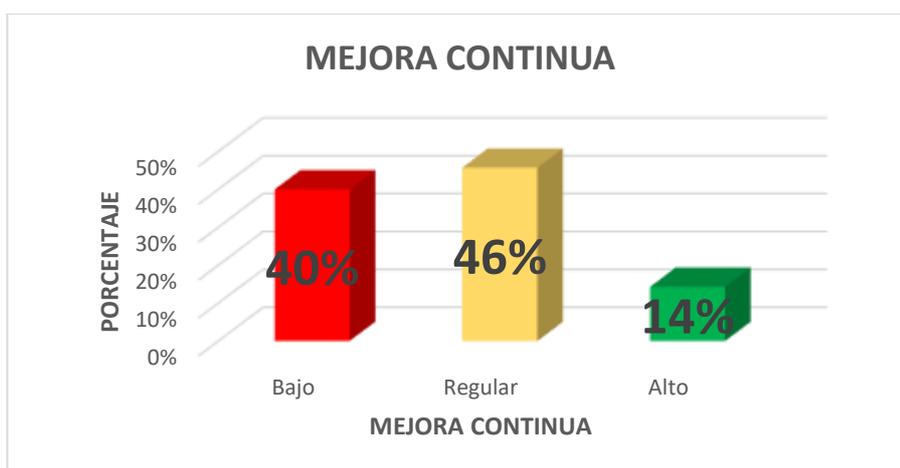


Figura 1. Análisis de la variable mejora continua
Fuente: Elaboración propia según matriz de datos

Interpretación

En la tabla N^o 6 y figura N^o 1. para el análisis de la mejora continua se ha hecho uso del instrumento Escala de Likert, el cual se califica en tres niveles: el nivel desfavorable que indica perfectamente que la variable en mención tiene un nivel bajo, asimismo, que el segundo nivel indica que la variable tiene un nivel regular, mientras que el tercer nivel viene hacer un nivel alto siendo positivo.

Analizando la mejora continua en la población se ha encontrado los siguientes resultados: el 40% (14), de los trabajadores del sector restaurante de

ACENESPAR-GC, indican que no existe una mejora continua, en contraste con el 14% (5), de ellos que indican que aplican una mejora continua en la asociación.

Analisis de la variable Calidad de Servicio

Tabla 7.
Análisis de la variable calidad de servicio

CALIDAD DE SERVICIO			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	0	0%
	Regular	27	77%
	Alto	8	23%
	Total	35	100%

Fuente: Cuestionario propio

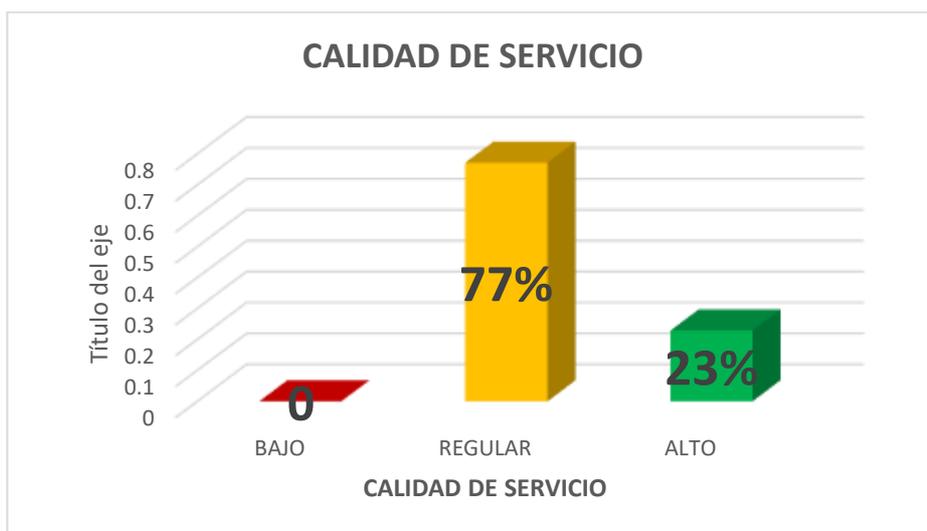


Figura 2. Análisis de la variable calidad de servicio
Fuente: Elaboración propia según matriz de datos

Interpretación

Tabla N^a 7 y figura N^a 2. La calidad de servicio se ha evaluado con el instrumento de Escala de Liker, el cual distingue los niveles bajo, regular y alto. De esta manera, se pudo conocer que el 77% representados por el (27) de los trabajadores manifiestan que tienen un nivel regular de calidad de servicio; en contraste con el 23% representados por (8) de ellos donde mencionan que existe un alto nivel de calidad en el servicio.

Por tal motivo, los resultados arrojan que existe un servicio de calidad en nivel regular al asociado en dicha entidad.

Tabla 8.
Análisis de la Dimensión indicadores de gestión

Indicadores de gestion			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	19	54%
	Regular	9	26%
	Alto	7	20%
	Total	35	100%

Fuente: Cuestionario propio

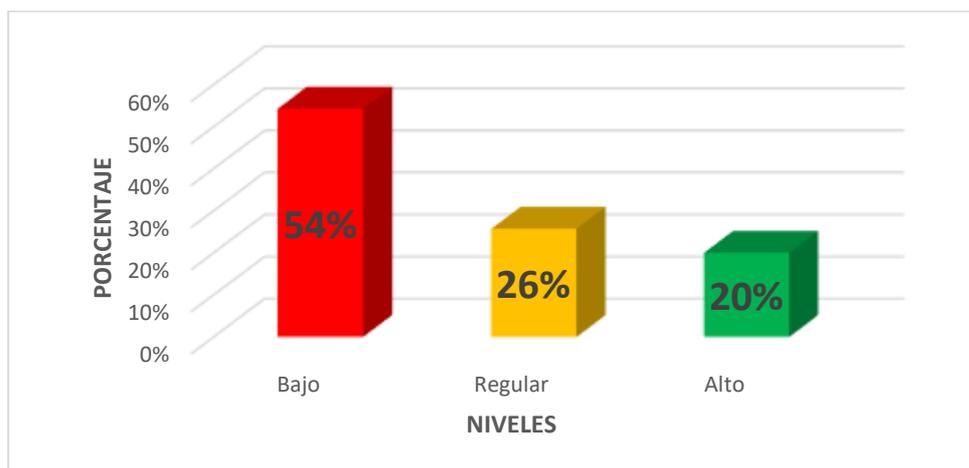


Figura 3. Niveles de la Dimensión Indicadores de gestión
Fuente: Elaboracion propia según matriz de datos

Interpretación

En la tabla Nª 8 y figura Nª 3. Se puede apreciar que, de los 35 trabajadores, el 54% representados por (19), de ellos donde manifiestan tener bajos niveles de indicadores de gestión, basados en la eficacia, eficiencia y efectividad, en contraste con el 20% (7), de ellos donde manifiestan contar con altos niveles de indicadores de gestión en el sector restaurante de ACENESPAR-GC,2020.

Tabla 9.
Análisis de la Dimensión Medición de servicio

Medición de servicio			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	19	54%
	Regular	11	31%
	Alto	5	14%
	Total	35	100%

Fuente: Cuestionario propio

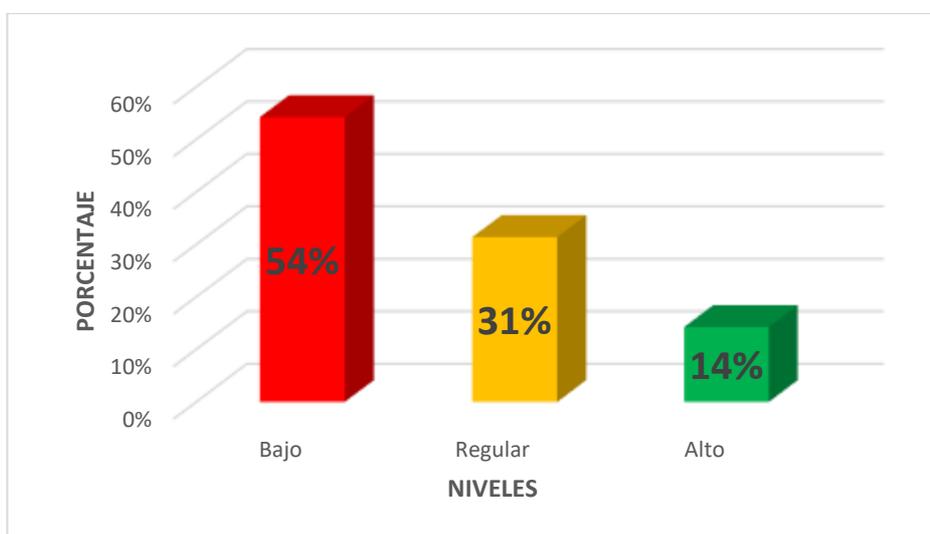


Figura 4. Niveles de la Dimensión Medición de servicio
 Fuente: Elaboración propia según matriz de datos

Interpretación

En la tabla Nª 9 y figura Nª 4. Se puede visualizar que, de los 35 trabajadores, el 54% representados por (19), de ellos, donde manifiestan percibir un nivel bajo en relación a la medición de servicio, basados en comunicación, clima laboral y liderazgo, en contraste con el 14% (5), de ellos que expresan contar un un nivel alto respecto a la medición de servicio que se da en el sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Tabla 10.
Análisis de la Dimensión Sistemas

Sistemas		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	60%
	Regular	13	37%
	Alto	1	3%
	Total	35	100%

Fuente: Cuestionario propio

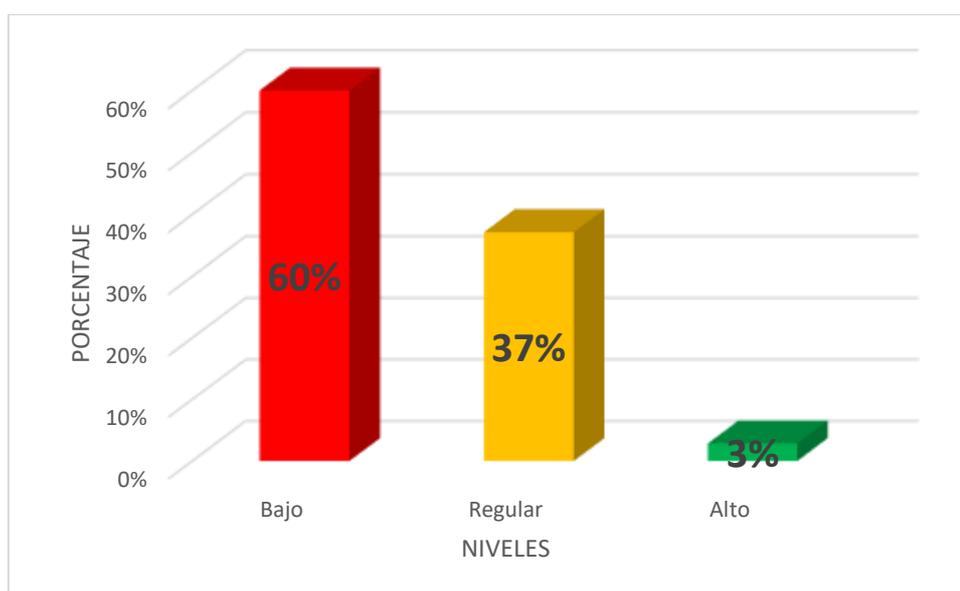


Figura 5. Niveles de la Dimensión Sistemas
 Fuente: Elaboración propia según matriz de datos

Interpretración

En la tabla N^a 10 y figura N^a 5. Se vizualiza que, de los 35 trabajadores, el 60% representados por (21), de ellos, donde manifiestan contar con nivel bajo de sistemas, basados en normas y procesos en contraste con el 37% (13), de ellos, que especifican tener un nivel regular con los sistemas que se da en el sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

4.2. Prueba de confiabilidad

Tabla 11.

Nivel de confiabilidad de la variable mejora continua

Estadísticos de Mejora Continua	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nº de elementos</i>
<i>,921</i>	<i>18</i>

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la variable mejora continua fue alpha de Cronbach, con una prueba realizada a 35 trabajadores, obteniendo 0,921 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de fuerte confiabilidad.

Tabla 12.

Nivel de confiabilidad de la variable calidad de servicio

Estadísticos de Calidad de Servicio	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nº de elementos</i>
<i>,913</i>	<i>18</i>

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la variable Calidad de servicio fue alpha de Cronbach, con una prueba realizado a 35 trabajadores, obteniendo 0,913 y evidenciando que la escala aplicada es una prueba de alta confiabilidad.

Tabla 13.*Nivel de confiabilidad de la dimensión indicadores de gestión.*

Estadísticos Indicadores de Gestión	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nº de elementos</i>
<i>,914</i>	<i>6</i>

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la dimensión indicadores de gestión fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizada a 35 trabajadores, obteniendo 0,914 y evidenciando que la escala obtenida es una prueba de fuerte confiabilidad.

Tabla 14.*Nivel de confiabilidad de la dimensión medición de servicio*

Estadísticos de Medicion de Servicio	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nº de elementos</i>
<i>,853</i>	<i>6</i>

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad *de la escala* para la dimensión medición de servicio fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a 35 trabajadores, obteniendo 0,853 y evidenciando que la escala obtenida es una prueba de fuerte confiabilidad.

Tabla 15.*Nivel de confiabilidad de la dimensión sistemas*

Estadísticos de los Sistemas	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Nº de elementos</i>
<i>,365</i>	<i>6</i>

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de la escala para la dimensión de sistemas fue alpha de Cronbach. Con una prueba realizado a

35 trabajadores, obteniendo 0,365 y evidenciando que la escala aplicada es de un nivel de confiabilidad moderada.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en el sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

H1: Existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en el sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Tabla 16.

Nivel de correlación y significación de la mejora continua y calidad De servicio

		Correlaciones		
			Mejora Continua	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Mejora	Coeficiente de correlacion	1,000	,936**
	Continua	Sig. (bilateral)		,001
		N	35	35
	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlacion	,936**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	
		N	35	35

** La correlacion es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

De acuerdo al gráfico presentado en la tabla N^a 16, y aplicando los criterios tenemos: valor P (0,000) < valor alfa (0,05), por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación de que existe correlación entre ambas variables de mejora continua y calidad de servicio del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Asimismo, se obtuvo $r = 0,936^{**}$ lo cual significa que hay una correlación directa positiva con un nivel alto.

4.3.2. Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación entre la mejora continua y la dimensión de los indicadores de gestión del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

H1: Existe relación entre la mejora continua y la dimensión de los indicadores de gestión del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Tabla 17.

Nivel de correlación y significación de la mejora continua y los indicadores de gestión

Correlaciones				
			Mejora Continua	Indicadores de Gestion
Rho de Spearman	Mejora Continua	Coeficiente de correlacion Sig. (bilateral)	1,000	,510** ,001
		N	35	35
	Indicadores de Gestion	Coeficiente de correlacion Sig. (bilateral)	,510** ,001	1,000
		N	35	35

** La correlacion es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

En la tabla N^a 17, se puede visualizar la relación de la variable con la dimensión determinadas por el Rho de Spearman $p=0.510$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre ambas, frente al $p=0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la mejora continua y los indicadores de gestión del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación entre la mejora continua y la dimensión de medición de servicios del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

H1: Existe relación entre la mejora continua y la dimensión de medición de servicios del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Tabla 18.

Nivel de correlación y significación de la mejora continua y la medición de servicio.

Correlaciones				
			Mejora Continua	Medición de Servicio
Mejora Continua	Coefficiente de correlación		1,000	,420**
	Sig. (bilateral)			,001
Rho de Spearman	N		35	35
	Medición de Servicio	Coefficiente de correlación	,420**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	
		N	35	35

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

En la tabla N^o 18, se puede apreciar la relación de la variable con la dimensión determinadas por el Rho de Spearman $p= 0.420$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre ambas, frente al $p=0.000<0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: existe relación entre la mejora continua y la medición de servicio del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020

Hipótesis específica 3:

H0: No existe relación entre la mejora continua y los sistemas del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

H1: Existe relación entre la mejora continua y los sistemas del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

Tabla 19.

Nivel de correlación y significación de la mejora continua y los sistemas.

Correlaciones				
			Mejora Continua	Sistemas
Rho de Spearman	Mejora Continua	Coefficiente de correlación	1,000	,442**
		Sig. (bilateral)		,001
	Sistemas	N	35	35
		Coefficiente de correlación	,442**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001		
	N	35	35	

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

En la tabla N^a 19, se puede observar la relación de la variable con la dimensión determinadas por el Rho de Spearman $p= 0.442$, lo cual significa que existe una correlación moderada entre ambas, frente al $p=0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la mejora continua y los sistemas del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020.

V. DISCUSIÓN

Con respecto a los resultados obtenidos se logro los objetivos planteados, a través de las pruebas estadísticas con la prueba de alfa de Cronbach, para medir el nivel de confiabilidad del cuestionario realizado con 36 preguntas que se efectuó a 35 trabajadores del sector restaurante de ACENESPAR-GC, 2020. El mismo que halla como resultado una correlación fuerte entre las variables de mejora continua y calidad de servicio con un nivel de confiabilidad de 0.921 y 0.913 del resultado de los cuestionarios la cual sirve como una base de datos confiable para hacer los análisis correspondientes a las respuestas obtenidas para los objetivos en la tesis.

Con el registro de datos adquiridos se estructuro un cuadro de resumen general con niveles y porcentajes de las respuestas obtenidas que rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las hipótesis alternas de la presente investigación.

El mismo permite realizar un aporte al estudio de la variable mejora continua así como sus tres dimensiones llamadas: el ciclo Deming; la metodología 5 "S" y modelo de gestión ISO. La segunda variable de estudio es la calidad de servicio con sus tres dimensiones llamados: indicadores de gestión; medición de servicio y sistemas. Las cuales fueron objetos de estudio efectuado a 35 trabajadores del sector restaurante de ACENESPAR-GC,2020; tales sujetos fueron el total de la población como muestra, los mismo nos ha permitido hallar resultados altos de correlación entre ambas variables mejora continua y calidad de servicio con un grado significativo de relación alta positiva 0,936; y con un sig. bilateral que le permite aceptar la hipótesis alterna planteada en el trabajo de investigación realizada. Asimismo, todas las relaciones entre la variable mejora continua con las dimensiones de la calidad de servicio también obtuvieron una relación significativa positiva que acepta las hipótesis alternas de dichas relaciones.

Con el presente trabajo investigado se puede comprobar que la mejora continua influye en la calidad de servicio con una relación significativa, el cual es un indicio para determinar la relevancia de la variable en mención y que las entidades empresariales deben poner un mayor énfasis a esta aplicación, ya que a un mediano plazo se pueda percibir a los trabajadores con mayor disponibilidad,

capacidad y habilidad para el desarrollo de sus labores y a su vez, ésta va ser reflejada en una mejora de calidad de servicio ofrecido a los clientes.

Infiriendo que la aplicación de una mejora continua resulta fundamental para las empresas, ya que tiene muchas ventajas, entre ellas el de ser mas productivos y competitivos reduciendo los errores asi como fortalecer las debilidades y afianzar las fortalezas, permitiendo correcciones del caso para una mejor y mayor eficiencia laboral de manera continua.

VI. CONCLUSIONES

- Primera.** Conforme al objetivo general y en respuesta a la hipótesis general se concluye que existe un nivel de correlación significativa alta ($r = 0.936^*$), el mismo que es una correlación positiva entre las variables de mejora continua y calidad de servicio del sector restaurante de ACENESPAR-GC-2020, con un nivel de significancia de 0.01 y $p = 0.00 < 0.05$.
- Segunda.** Se observa en la hipótesis 1 que, al correlacionar la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p < 0.005$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión indicadores de gestión y la mejora continua obteniendo ($r = 0.510$) siendo una correlación moderada.
- Tercera.** Con respecto a la hipótesis 2 que, al correlacionar la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p < 0.005$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión de medición de servicio y la mejora continua obteniendo ($r = 0.420$), siendo una correlación positiva de nivel moderado.
- Cuarta.** Se concluye en la hipótesis 3 que, al correlacionar la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p < 0.005$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión de sistemas y la mejora continua obteniendo ($r = 0.442$) siendo una correlación positiva de nivel moderado.

VII. RECOMENDACIONES

Estimando la relevancia del presente trabajo investigado y en función de los resultados obtenidos que evidencian la importancia con tendencia positiva alta entre la aplicación de una mejora continua y la influencia que existe con la calidad de servicio; es necesario que la alta gerencia de la asociación establezca mecanismos para elevar el nivel de calidad en el servicio en aras de mejorar el servicio ofrecido del que se esta prestando.

Asimismo, es preciso mencionar que el proceso de esta aplicación es de mediano a largo plazo y la persona que lo ejecute debe tener los conocimientos prácticos, metodológico y constancia. Por tal motivo, expreso algunas sugerencias y/o recomendaciones.

- Primera.** Programar capacitaciones periódicas adecuadas y dirigidos a los trabajadores del sector restaurante con seguimiento permanente, siendo un factor fundamental para la asociación y el personal involucrado; los mismos que mejorarán en sus habilidades y capacidades del servicio básico, marcando el inicio de una mejora de la productividad.
- Segunda.** Establecer un esquema de cultura organizacional expresadas en conductas y valores, impartiendo un modelo a seguir un mejor servicio en todos los aspectos donde los beneficiados sean: la asociación, los clientes y el personal.
- Tercera.** Acondicionar políticas y/o normas internas adecuadas y ajustables a las necesidades de la asociación para los trabajadores, de esta forma todas las personas sabran como deben actuar y comportarse en relación a las normas y/o politcas establecidas.
- Cuarta.** Calificar el perfil del trabajador y el puesto en el que se desempeña con la finalidad de permitir su autorealización dando las oportunidades para progresar. De esta manera, estimula el desempeño laboral siendo mas competentes y productivos para la asociación.

- Quinta.** Construir una cultura de trabajo basado en la mejora continua donde se requiere una constante vigilancia con una dosis de esfuerzo continuo en cumplimiento de los objetivos de la asociación.
- Sexta** Establecer mejores canales de comunicación en el contexto laboral teniendo en cuenta que el diálogo es un factor importante, ya que nos permitirá un manejo adecuado y oportuno.
- Séptima.** En la parte de elementos tangibles, acondicionar un almacén exclusivamente para el mobiliario del sector restaurante, donde se ubiquen los elementos de trabajo organizados y cuidados, protegiéndolos de las exposiciones climáticas y el uso inadecuado por terceros, extendiendo su vida útil.

Por lo expuesto, se recomienda la aplicación del ciclo de la mejora continua para mantener un proceso del nivel de calidad en el servicio, siendo este verificado esporádicamente y documentado; siendo un factor fundamental para mejorar el nivel de calidad, de esta manera se fortalecerán las competencias y capacidades de los trabajadores en beneficio de la asociación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, (2011). *Administración por la Calidad. (3ª. Ed.)* Bogota. Colombia. Ediciones ECOE. <https://drive.google.com/drive/folders/17ST5qshdBA8rRHiii5LG-qhTsDFjkUeT>
- Bonilla, D, K y N (2017). *Mejora Continua de los procesos herramientas y técnicas. (3ª. Ed.)* Lima, Perú. Edición Fondo Editorial.
- Calero, (2016). *Gestión Administrativa y Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huaral en el año 2015.* (Tesis pregrado). Universidad Católica los Angeles Chimbote. Lima – Peru.
- Camacho, (2018). *Calidad en el servicio al cliente en el sector educación de maestrias especializadas en lima metropolitana 2018.* (Tesis posgrado). Universidad Pontificia Católica del Perú.
- Campos, (2019). *La Calidad de servicio y la Fidelización del cliente en el colegio San Martín de la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, San Martín, 2019.* (Tesis posgrado). Universidad Peruana Unión. Lima-Perú
- Córdova, (2018). *Calidad de servicio y captación de clientes en el mercado Señor de los Milagros, Ventanilla, Callao 2018.* (Tesis Pregrado). Universidad César Vallejo.
- Coronel, (2016). *Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima 2016.* (Tesis pregrado). Universidad Señor de Sipan. Lima – Peru.
- Cuatrecasas, (2010). *Gestión integral de la Calidad.* Editorial Profit. Barcelona.
- Fernández, (2018). *Influencia de la Mejora Continua del Sistema de Distribución de Mercadería en la Productividad del área de Transporte en una Empresa Logística. Lurigancho, Lima.* (Tesis Pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Lima - Perú.
- Fontalvo, Vergara (2010). *La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 9001-2008* <https://eumed.net/libros-gratis/2010e/823/index.htm>

- González, (2012). *Herramienta para la Mejora Continua*.
<https://calidadgestion.wordpress.com/2012/07/11/herramientas-para-la-mejora-continua/>
- Hermoza, A (2017). *Calidad de servicio y satisfacción a los usuarios de la AVT Quimbaya Tours sucursal Puno 2017*. Universidad Privada TELESUP, Lima- Peru.
- Hernández, (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª Ed.) Mexico.
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernández, (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.) México.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- López, (2018). *Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis Pregrado), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador.
- López, (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción de los usuarios en el centro de emergencia mujer de la comisaria de Buenos Aires, Nuevo Chimbote-2018*. (Tesis Pregrado), Universidad César Vallejo Lima-Peru.
- Maldonado, (2018). *Gestión de Procesos*. Recuperado de
https://issuu.com/joseangelmaldonado8/docs/gesti_n_de_procesos__2018
- Melgarejo, (2017). *Gestión Administrativa y Calidad de Servicio en la Empresa M&G Frio S.A.C., S.J.L*. (Tesis Pregrado), Universidad César Vallejo, Lima-Peru.
- Ñaupas, (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y redacción de tesis*. (3ª Ed.). Bogotá. Recuperado de
<https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9789587623598&li=1&idsource=3001>
- Ñaupas, (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y redacción de tesis*. (5ª Ed.) Bogotá. Recuperado de
<https://issuu.com/libreriasgrijley/docs/metodologia>
- Portocarrero, (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Oficina de Seguros y Prestaciones Económicas Es salud Jesús María- 2018*. (Tesis Grado), Universidad Privada TELESUP, Lima - Perú.

- Quinchiguango, (2016). *El Estrés Laboral y su influencia en la Calidad de Servicio que brindan los trabajadores de la Clínica de los Riñones Menydia Quito*. (Tesis Grado). Universidad Central del Ecuador.
- Quiroga, (2019). *Mejora Continua y sus Etapas*. <https://tueconomiafacil.com/que-es-la-mejora-continua-y-cuales-son-sus-etapas/>
- Ramírez, (2018). *Estrategias Metodológicas del docente y el aprendizaje de los estudiantes de la especialidad Contabilidad-Informática del Instituto Superior Tecnológico Estatal Quillabamba Filial Pichari – Cusco, 2017*. (Tesis posgrado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Silva, M (2016). *Nivel de conocimiento de los procesos de bioseguridad en profesores, alumnos y trabajadores para elaborar un plan de mejora continua en la Clínica Integral de 7mo. Semestre de la Facultad de Odontología de la Universidad Central de Ecuador, 2016*. (Tesis Pregrado), Universidad Central del Ecuador.
- Suárez, (2020). *Comunicación Interna y Mejora Continua en los docentes de la I.E 3092 Kumamoto I. Ugel 04. Puente Piedra Lima, 2019*. (Tesis Maestría). Universidad César Vallejo, Lima – Perú.
- Scielo, (2019). *Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante Servqual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia*. Artículo.
- SGS Productivity, (2019). *Excelencia en las Operaciones de la Mejora Continua*. <https://leansisproductividad.com/libro-mejora-continua-ahora-en-pdfebook>
- Vargas, Aldana (2018). *Calidad y Servicio Conceptos y herramientas*. (3ª Ed.).
- Valls, (2017). *La Calidad del Servicio Via segura para alcanzar la competitividad*. https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest
- Vega, (2017) *La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del centro de transferencia tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares – CCICEV*. (Tesis Pregrado). Universidad Central del Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Item	Metodología
¿Cuál es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y su influencia en la Calidad de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020?	Analizar la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y su influencia en la Calidad de Servicio del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020	Existe relación entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y su influencia en la Calidad de Servicio del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020	Mejora Continua	El Ciclo Deming	Planear Hacer Verificar	P1 - P2 P3 - P4 P5 - P6	<u>Tipo de investigación</u> Investigación Aplicada, Descriptiva cuantitativa Y correlacional <u>Diseño</u> No experimental De corte transversal <u>Población</u> 35 Colaboradores <u>Técnica</u> Encuesta Instrumento Cuestionario Valido por juicio De expertos Analisis de Datos Programa SPSS V.22
				Metodología 5 "S"	Clasificar Ordenar Limpiar	P7 - P8 P9 - P10 P11 - P12	
				Modelo de Gestion ISO	Satisfaccion del Cliente Cambio Cultural	P13- P14 P15 - P16 P17 - P18	
Indicadores de Gestión	Eficiencia Eficacia Efectividad	P19-P20 P21-P22 P23 -P24					
Problemas Especificos	Objetivos Especificos	Hipotesis Especificos	Calidad de Servicio	Medición de Servicio	Comunicación Clima Laboral Liderazgo	P25 - P26 P27 - P28 P29 - P30	
¿Cual es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los indicadores de gestión del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020?	Analizar la relacion que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los indicadores de gestion del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020	Existe relación entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los indicadores de gestion del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020					
¿ Cual es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y la medición de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC 2020?	Analizar la relacion que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y la medición de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020	Existe relación entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y la medición de servicio del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020					
¿ Cual es la relación que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los sistemas del restaurante de ACENESPAR-GC 2020?	Analizar la relacion que existe entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los sistemas del restaurante de ACENESPAR-GC 2020	Existe relación entre la aplicación de un plan de Mejora Continua y los sistemas del restaurante de ACENESPAR-GC- 2020					
				Sistemas	S. Normas S. Tecnico S. Proceso	P31- P32 P33 - P34 P35 - P36	

Anexo 2. Matriz de operacionalización

Matriz de operacionalización de la variable: Mejora Continua

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Mejora Continua	Según Bonilla et al (2017), definen la mejora continua como el perfeccionamiento constante del diseño original a cargo de todos los empleados de la empresa, con especial énfasis en los operarios de producción y no requiere de grandes inversiones. (p.37)	La variable de Mejora Continua, se encuentra estructurada por tres dimensiones las cuales conforman el instrumento llamado cuestionario	1. El ciclo Deming	- Planear - Hacer - Verificar	1= Nunca
			2. La metodología 5 "S"	- Clasificar - Ordenar - Limpiar	2= Casi Nunca 3= A veces
			3. Modelo de Gestión ISO	- Satisfacción del cliente - Cambio Cultural	4= Casi siempre 5= Siempre

Matriz de operacionalización de la variable: Calidad de Servicio

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Calidad de Servicio	Según Cuatrecasas (2010), afirma como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. (p.17).	La variable Calidad de Servicio, está conformada por tres dimensiones donde las mismas conforman el instrumento llamado cuestionario.	1. Indicadores de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Eficacia - Efectividad 	1= Nunca
			2. Medición de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Clima laboral - Liderazgo 	2= Casi Nunca
			3. Sistemas	<ul style="list-style-type: none"> - S. Normas - S. Técnico - S. Procesos - 	3= A veces
					4= Casi siempre
					5= Siempre

Anexo 3. Instrumento

INSTRUCCIONES: La encuesta busca recoger información respecto a la “Mejora Continua y la Calidad de Servicio del restaurante de ACENESPAR-GC. A continuación, se encontrará una serie de preguntas sobre las cuales debe afirmar marcando con una X según corresponda. Lee con atención; responde las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE REPUESTA:

Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Variables 01. Mejora Continua

Dimensión 01 Ciclo Deming PHVA						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Planear						
1.	¿Consideras que en tu área de trabajo, existe algún plan para mejorar la calidad de servicio al cliente?					
2.	¿Consideras que en tu área tus compañeros trabajan en función a una mejora continua?					
Indicador 02. Hacer						
3.	¿Sueles recibir algún tipo de feedback sobre tus funciones en tu área de trabajo?					
4.	¿Consideras que tu jefe de área realiza el seguimiento de la atención brindada al cliente para mejorar la calidad de servicio?					
Indicador 03. Verificar						
5.	¿Consideras que tu desempeño en tu área de trabajo es verificado por tu jefe inmediato?					

6.	¿Consideras que en tu área de trabajo, tus compañeros verifican su mise en place antes del servicio al cliente?					
Dimensión 02. Metodología 5 “S”						
Indicador 01: Clasificar						
7.	¿Conoces algún procedimiento para la clasificación de herramientas y equipos de trabajo?					
8.	¿Cree usted, que sus compañeros de área mantienen organizado todas sus herramientas y equipos de trabajo?					
Indicador 02: Ordenar						
9.	¿Cree usted, que sus compañeros de área realizan su mise en place oportunamente para brindar un servicio óptimo?					
10.	¿Existe algún protocolo de limpieza en tu área de trabajo que sea ejecutado permanentemente ?					
Indicador 03: Limpiar						
11.	¿Cree usted, que sus compañeros de trabajo mantienen siempre limpio sus estaciones o lugar de trabajo?					
12.	¿Considera usted que sus compañeros de área utiliza los elementos adecuados para realizar la limpieza de sus equipos de trabajo?					
Dimensión 03. Modelo de Gestión ISO						
Indicador 01: Satisfacción del cliente						
13.	¿Consideras que el servicio de atención a los clientes que brinda sus compañeros tienen el nivel de calidad esperado por los clientes?					
14.	¿Consideras que existe un trabajo conjunto por alcanzar la satisfacción al cliente en el servicio que brindan?					
15.	¿Considera que sus compañeros están debidamente capacitados para responder correctamente las consultas de los clientes?					
16.	¿Considera usted, que sus compañeros de área demuestran compromiso en el seguimiento de la prestación del servicio brindado al cliente?					
Indicador 02: Cambio de cultura						
17.	¿Consideras que tus compañeros de trabajo se podrían adaptar con facilidad al cambio de cultura en el servicio de la asociación?					
18.	¿Consideras que en tu área de trabajo existen personas tóxicas que no se involucran con la cultura organizacional de la asociación?					

Variables 05. Calidad de Servicio

Dimensión 01. Indicadores de Gestión						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Indicador 01. Eficiencia						
19.	¿Consideras que tus compañeros tienen un buen manejo con los recursos empleados para la atención de los clientes?					
20.	¿Observa la eficiencia: rapidez y agilidad en la prestación del servicio por parte de sus compañeros?					
Indicador 02: Eficacia						
21.	¿Consideras que tu líder de grupo realiza una retroalimentación para garantizar la eficacia en el servicio al cliente?					
22.	¿Consideras que tus compañeros tienen clara sus funciones y responsabilidades en tu área de trabajo?					
Indicador 03: Efectividad						
23.	¿Con que frecuencia consideras que tus compañeros de área alcanzan los logros de mayor satisfacción del cliente ?					
24.	¿Consideras que tu líder de grupo induce al equipo a la práctica de efectividad con el servicio al cliente ?					
Dimensión 02. Medición de Servicio						
Indicador 01. Comunicación						
25.	¿Considera usted, que su equipo de trabajo maneja una comunicación clara con capacidad de respuesta oportuna con los clientes?					
26.	¿ Consideras que tu equipo de trabajo cuenta con un buen nivel de comunicación interna?					
Indicador 02:Clima Laboral						
27.	¿ Considera usted, que el clima laboral de su área de trabajo es un indicador que influye en el desempeño laboral de sus compañeros?					
28.	¿ Considera usted, que su líder dedica tiempo a como poder potenciar las habilidades de su equipo?					
Indicador 03: Liderazgo						
29.	¿ Considera usted, que su líder de grupo maneja una comunicación fluida, clara y oportuna con sus compañeros?					
30.	¿ Consideras que tu líder de grupo fomenta a tus compañeros el trabajo en equipo?					

Dimensión 03. Sistemas					
Indicador 01. Normas					
31.	¿Considera usted, que el líder de grupo se asegura que sus compañeros conozca los objetivos de la asociación?				
32.	¿Considera usted, que la ausencia de normas en su área de trabajo lleva a la pérdida de tiempo, energía o al malestar de sus compañeros?				
Indicador 02. Técnicas					
33.	¿Considera usted, que su equipo utiliza todas sus técnicas básicas de servicio, capacidades y habilidades para el desarrollo de sus actividades?				
34.	¿Considera usted, que su líder de grupo le brinda técnicas y conocimientos de servicio para fortalecer su desempeño laboral?				
Indicador 03. Procesos					
35.	¿ Consideras que tus compañeros de trabajo realizan los procesos de servicio al cliente correctamente?				
36.	¿ Cuándo la asociación efectúa cambios en los procesos de trabajo, existe resistencia de parte de sus compañeros?				

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Mg Michel Jaime Méndez Escobar

DNI: 10797162

Especialidad del validador: Magister en Administración

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado Metodólogo

2 Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el anunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

25 octubre 2020


 Firma del Experto Informante.

Anexo 4. Validación del instrumento Mejora Continua

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Mejora continua							
	DIMENSIÓN 1: Ciclo Deming PHVA							
1	¿Conoces de la existencia de un plan basado en la mejora de la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		Ninguna
2	¿Consideras que en tu área tus compañeros trabajan en función a una mejora continua?	✓		✓		✓		Ninguna
3	¿Sueles recibir algún tipo de feedback sobre tus funciones en tu área de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
4	¿Consideras que tu jefe de área realiza el seguimiento de la atención brindada al cliente para mejorar la calidad de servicio?	✓		✓		✓		Ninguna
5	¿Consideras que tu desempeño en tu área de trabajo es verificado por tu jefe inmediato?	✓		✓		✓		Ninguna
6	¿Consideras que en tu área de trabajo, tus compañeros verifican su mise en place antes del servicio al cliente?	✓		✓		✓		Ninguna
	DIMENSIÓN 2: Metodología 5 'S'							
7	¿Conoces algún procedimiento para la clasificación de herramientas y equipos de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
8	¿Cree usted, que sus compañeros de área mantiene organizado todos sus herramientas y equipos de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
9	¿Cree usted, que sus compañeros de área realizan su mise en place oportunamente para brindar un servicio óptimo?	✓		✓		✓		Ninguna
10	¿Existe algún protocolo de limpieza en tu área de trabajo que sea ejecutado permanentemente ?	✓		✓		✓		Ninguna
11	¿Cree usted, que sus compañeros de trabajo mantienen siempre limpio sus estaciones o lugar de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
12	¿Considera usted que sus compañeros de área utiliza los elementos adecuados para realizar la limpieza de sus equipos de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
	DIMENSIÓN 3: Modelo de Gestión ISO							
13	¿Consideras que el servicio de atención a los clientes que brinda sus compañeros tienen el nivel de calidad esperado por los clientes?	✓		✓		✓		Ninguna
14	¿Consideras que existe un trabajo conjunto por alcanzar la satisfacción al cliente en el servicio que brindan?	✓		✓		✓		Ninguna
15	¿Considera usted, que su equipo utiliza todas sus técnicas básicas de servicio, capacidades y habilidades para el desarrollo de sus actividades?	✓		✓		✓		Ninguna
16	¿Considera usted, que su líder de grupo le brinda técnicas y conocimientos de servicio para fortalecer su desempeño laboral?	✓		✓		✓		Ninguna
17	¿Consideras que tus compañeros de trabajo realizan los procesos de servicio al cliente correctamente?	✓		✓		✓		Ninguna
18	¿Cuándo la asociación efectúa cambios en los procesos de trabajo, existe resistencia de parte de sus compañeros?	✓		✓		✓		Ninguna

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable
 Apellidos y nombres del juez validador. Temático. Mg: **Synthia Maritza Molina Cabrera**:

DNI: 43115036

Especialidad del validador: Magister en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

30 de octubre de 2020

Firma del Experto Temático

Validación del instrumento Calidad de Servicio

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Calidad de Servicio							
	DIMENSIÓN 1: Indicadores de Gestión Eficiencia/ Eficacia/ Efectividad							
1	¿Consideras que tus compañeros tienen un buen manejo con los recursos empleados para la atención de los clientes?	✓		✓		✓		Ninguna
2	¿Observa la eficiencia: rapidez y agilidad en la prestación del servicio por parte de sus compañeros?	✓		✓		✓		Ninguna
3	¿Consideras que tu líder de grupo realiza una retroalimentación para garantizar la eficacia en el servicio al cliente?	✓		✓		✓		Ninguna
4	¿Consideras que tus compañeros tienen clara sus funciones y responsabilidades en tu área de trabajo?	✓		✓		✓		Ninguna
5	¿Con que frecuencia consideras que tus compañeros de área alcanzan los logros de mayor satisfacción del cliente ?	✓		✓		✓		Ninguna
6	¿Consideras que tu líder de grupo induce al equipo a la práctica de efectividad con el servicio al cliente ?	✓		✓		✓		Ninguna
	DIMENSIÓN 2: Medición de Servicio Comunicación /Clima laboral / Liderazgo							
7	¿Considera usted, que su equipo de trabajo maneja una comunicación clara con capacidad de respuesta oportuna con los clientes?	✓		✓		✓		Ninguna
8	¿ Consideras que tu equipo de trabajo cuenta con un buen nivel de comunicación interna?	✓		✓		✓		Ninguna
9	¿ Considera usted, que el clima laboral de su área de trabajo es un indicador que influye en el desempeño laboral de sus compañeros?	✓		✓		✓		Ninguna
10	¿ Considera usted, que su líder dedica tiempo a como poder potenciar las habilidades de su equipo?	✓		✓		✓		Ninguna
11	¿ Considera usted, que su líder de grupo maneja una comunicación fluida, clara y oportuna con sus compañeros?	✓		✓		✓		Ninguna
12	¿ Consideras que tu líder de grupo fomenta a tus compañeros el trabajo en equipo?	✓		✓		✓		Ninguna
	DIMENSIÓN 3: Sistemas Normas / técnicas / procesos							
13	¿Considera usted, que el líder de grupo se asegura que sus compañeros conozca los objetivos de la asociación?	✓		✓		✓		Ninguna
14	¿Considera usted, que la ausencia de normas en su área de trabajo lleva a la pérdida de tiempo, energía o al malestar de sus compañeros?	✓		✓		✓		Ninguna
15	¿Considera que sus compañeros están debidamente capacitados para responder correctamente las consultas de los clientes?	✓		✓		✓		Ninguna
16	¿Considera usted, que sus compañeros de área demuestran compromiso en el seguimiento de la prestación del servicio brindado al cliente?	✓		✓		✓		Ninguna
17	¿Consideras que tus compañeros de trabajo se podrían adaptar con facilidad al cambio de cultura en el servicio de la asociación?	✓		✓		✓		Ninguna
18	¿Consideras que en tu área de trabajo existen personas tóxicas que no se involucran con la cultura organizacional de la asociación?	✓		✓		✓		Ninguna

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador Temático: **Mg: Synthia Maritza Molina Cabrera**
DNI: 43115036

Especialidad del validador: Magister en Administración

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

30 de octubre de 2020



Firma del Experto Temático

Anexo 5. Matriz de datos

VARIABLE MEJORA CONTINUA

MEJORA CONTINUA																		
ITEM	Ciclo Deming						Metodologia 5 "S"						Modelo de Gestion ISO					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
E1	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	5
E3	3	3	2	3	2	1	3	2	1	5	4	3	3	3	4	3	5	4
E4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5
E5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
E6	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3
E7	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
E8	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
E9	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	1	4	5	4	3	3	2
E10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
E11	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	5
E12	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3
E13	1	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	3	3	3	3	2	1
E14	2	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4
E15	1	3	1	4	4	4	2	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3
E16	3	2	2	3	4	2	2	3	2	1	2	1	3	3	2	1	1	4
E17	5	5	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
E18	2	3	2	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3
E19	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3
E20	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	2	4	4	3
E21	3	4	1	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
E22	2	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4	3
E23	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4
E24	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4
E25	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
E26	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4
E27	1	1	2	3	3	3	1	3	3	1	3	2	4	2	3	4	4	5
E28	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4
E29	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	4
E30	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
E31	2	3	2	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3
E32	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3
E33	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E34	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
E35	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4

VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

CALIDAD DE SERVICIO																		
ITEM	Indicadores de Gestion						Medicion de Servicio						Sistemas					
	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36
E1	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	1	4	3
E2	3	3	3	2	3	3	2	1	5	2	2	2	2	5	3	2	2	5
E3	3	4	2	4	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
E4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	1	3	4	3	5
E5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	5	4	5	3
E6	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3
E7	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	2
E8	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
E9	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	3	2	4	3	4	1
E10	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	2
E11	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3
E12	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	4	1
E13	2	3	2	3	2	3	2	2	1	3	4	3	3	4	3	3	2	1
E14	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
E15	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
E16	1	3	3	3	2	2	1	1	5	1	3	3	3	5	3	2	2	5
E17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
E18	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E19	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
E20	3	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	3	3	2	3	2	1
E21	5	4	4	5	5	3	5	2	3	4	3	4	4	5	5	4	4	2
E22	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	3	3
E23	4	4	2	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3
E24	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
E26	3	3	2	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	4	3	2	3	3
E27	3	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	3	3
E28	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2
E29	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3
E30	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3
E31	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	2
E32	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	2	4	2
E33	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
E34	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	1	3	1
E35	3	3	2	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2