

Universidad de Huánuco

Facultad de Ingeniería

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA**



TESIS

**REDISEÑO DE PROCESOS BASADO EN EL MODELO CANVAS
PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA
INVERSIONES CENTRO ORIENTE S.C.R.L, HUÁNUCO, 2018.**

**Para Optar el Título Profesional de:
INGENIERO DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**

TESISTA

Bach. ROSAS RUIZ, Joram Paolo

ASESOR

Mtro. ZACARIAS VENTURA, Héctor Raúl

**HUÁNUCO-PERÚ
2018**



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
http://www.udh.edu.pe

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

Facultad de Ingeniería

E.A.P. DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO(A) DE SISTEMAS E INFORMÁTICA

En la ciudad de Huánuco, siendo las 19:12 horas del día 09 del mes de Octubre del año 2018, en el Auditorio de la Facultad de Ingeniería, en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el

Jurado Calificador integrado por los docentes:

Dr. Richard Marín Sevilla (Presidente)
Mg. Cristian López De La Cruz (Secretario)
Ing. José Nuñez Vicente (Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 992-2018-D-FI-UDH, para evaluar la Tesis intitulada:

"Rediseño de Procesos basado en el modelo canvas para mejorar la calidad de Servicios de la Empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. Huánuco, 2018."

presentado por el (la) Bachiller Josm Pablo Rosa Ruiz, para optar el Título Profesional de Ingeniero(a) de Sistemas e Informática.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas: precediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) aprobado por unanimidad con el calificativo cuantitativo de 15 y cualitativo de Buena (Art. 47)

Siendo las 20:07 horas del día 09 del mes de Octubre del año 2018, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

Presidente

Secretario

Vocal

ÍNDICE

Contenido

ÍNDICE	I
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICTORIA.....	IV
INTRODUCCIÓN.....	V
RESUMEN.....	VI
1.1 Descripción del problema.....	7
1.2 Formulación del problema.....	9
1.2.2 Problemas Secundarios.....	9
1.3 Objetivo general	9
1.4 Objetivos específicos	9
1.5 Justificación de la investigación	9
1.6 Limitaciones de la investigación.....	10
1.7 Viabilidad de la investigación	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 Antecedentes de la investigación	12
2.1.1 Antecedentes Nacionales:.....	12
2.2 Bases teóricas.....	14
2.2.2 Modelo Canvas	23
2.2.3 Calidad de Servicio	26
2.3 Definiciones conceptuales	31
2.4 Hipótesis	32
2.4.2 Hipótesis Secundarias	32
2.5 Variables	32
2.6 Operacionalización de variables	32
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1 Tipo de investigación	33
3.1.1 Enfoque	33
3.1.2 Alcance	33
3.1.3 Diseño.....	33
G 01 x 02	33
3.2 Población y muestra.....	34
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35

Universidad de Huánuco Ingeniería de Sistemas e Informática	35
Universidad de Huánuco Ingeniería de Sistemas e Informática.....	38
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	40
4.1 Procesamiento de datos	40
4.2 Contrastación y prueba de hipótesis.....	93
Hipótesis de Investigación:.....	95
Hipótesis Nula:	95
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	96
5.1 Contrastación de resultados del trabajo de investigación	96
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	101
ANEXOS	102
REDISEÑO DE PROCESOS BASADO EN EL MODELO CANVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA INVERSIONES CENTRO ORIENTE S.C.R.L, HUÁNUCO, 2018.....	102
Universidad de Huánuco Ingeniería de Sistemas e Informática	105

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis padres por ser los principales guías de nuestros sueños, por confiar y creer en mis expectativas, valores, consejos y principios que me inculcaron.

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Agradezco a los docentes de la Escuela Académica Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática de la Universidad de Huánuco, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión.

DEDICATORIA

Lleno de regocijo, de amor y esperanza, dedico este proyecto, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado. A mis padres Joram Rosas Carnero y Amelia Ruiz Alfaro, porque ellos son la motivación de mi vida. A mi hermana, porque son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar esta meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos, tíos y primos, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “rediseño de procesos basado en el modelo canvas para mejorar la calidad de servicio de la empresa inversiones centro oriente S.C.R.L, Huánuco, 2018”, se desarrolló dentro de las inmediaciones del local comercial de la empresa inversiones centro oriente SCRL ubicado en el jirón Leoncio Prado, la cuadra 12. Para ello se comenzó por atapas, la primera y una de las más importantes, es el análisis insitu que se realiza dentro de la compañía, para ello se realiza las entrevistas y encuestas pertinentes con todos los miembros que laboran dentro de la organización, para luego proseguir con el levantamiento de información acerca de la manera interna de trabajo que tienen por áreas y luego identificar las unidades estratégicas de negocio, que le genera valor al cliente, dentro de las tantas se identificó el proceso de entrega de artículos al cliente, ya que dentro de la secuencia de pasos o etapas que debe seguir un cliente, desde la realización del pedido, hasta la entrega final de los productos, es la toma de orden de los pedidos y la entrega de la orden por parte de un personal de la empresa, este proceso debe ser el más rápido posible y a su vez asegurarse que todo lo que se realice se desarrolle con total garantía que los productos solicitados y pagados sean los entregados en bolsas para su respectivo traslado a su domicilio o lugar comercial. Dentro de los resultados obtenidos se puede mencionar el rediseño de los procesos y plasmarlos en el gráfico de procesos para dar conocimiento a toda la línea de acción (personal de la empresa) mediante reuniones y/o talleres para volver a redefinir el concepto del área de trabajo. Al incluir los procesos internos, se trabaja con los colaboradores o trabajadores de la organización y su forma de actuar, es decir procedimientos y normas internas. Todo esto contribuye a que se tengan cambios efectivos y duraderos en el tiempo. El rediseño de procesos se encarga de analizar y reestructurar el flujo de actividades – línea de mando de la organización, para esto se realiza un diagnóstico inicial preliminar (línea base), en la cual se establece la forma inicial de trabajo, determinando mediante reuniones con los encargados de la organización, que aspectos son necesarios de cambiar.

RESUMEN

La presente investigación titulada: “rediseño de procesos basado en el modelo canvas para mejorar la calidad de servicio de la empresa inversiones centro oriente S.C.R.L, Huánuco, 2018”, nació a raíz de la inclinación personal del tesista por el área de sistemas y gestión dentro de las áreas de especialización que incluye la carrera profesional de ingeniería de sistemas e informática, además gracias a su experiencia pre profesional que realizó en diversas organizaciones de la localidad de Huánuco, se pudo empapar acerca de la importancia de la estandarización de procesos de negocio, como herramienta clave para asegurar la excelencia, la calidad y la plena satisfacción de los requerimientos y necesidades de los consumidores. Dentro de toda organización, resulta realmente indispensable que se cuente identificado aquellas unidades centrales de negocios, o aquellas tareas-funciones-productos que aportan valor al consumidor y que determinan en gran parte las utilidades o ventas generales de la organización, por ende, a este grupo de procesos es necesario asignar una responsabilidad mayor, aumento de presupuesto y tiempo (dedicación) con la finalidad de evitar posibles errores, equivocaciones o fallas en la cadena de producción – servicio de la compañía; para ello la investigación ha identificado correctamente las áreas claves dentro de la empresa inversiones centro oriente con la finalidad de analizarlas a profundidad, redefinir sus procesos en base a la metodología CANVAS la cual se enfoca en el cliente, como punto de inicio en el desarrollo de productos – servicios, ya que son estos los encargados de comprar-valorar-recomendar y usar el bien específico. La investigación se desarrolló en el periodo de tiempo comprendido en el diagrama de Gantt presentado dentro del informe final, una de las claves para realizar un correcto trabajo a modo de recomendación para todo investigador que desee realizar trabajos similares es la interacción constante que se realiza con la empresa, para ello, es requerido de habilidades interpersonales como son la comunicación, la empatía, la apertura y la capacidad de transmisión de ideas-conceptos a grupos de personas, ya que el ingeniero de sistemas es el que ordena y crea sostenibilidad dentro del sistema

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

El entorno empresarial a nivel global se ha convertido en inestable y turbulento, a raíz del gran avance de la tecnología y con esta la revolución del conocimiento. Hoy en día, ya no se puede saber a ciencia cierta, si los conocimientos, teorías o modelos que un gerente conoce, aplica o maneja en una organización son actualizados o competentes para luchar contra la gran rivalidad existente en el mercado. En las cátedras sobre competencia de una organización, siempre esta se ha conceptualizado como aquellas empresas que ofrecen artículos o servicios similares al de la propia empresa y que se ubican geográficamente cerca, sin embargo, todo este concepto se vino abajo, con la globalización y la aparición de empresas transnacionales, que en cuestión de semanas o meses pueden aperturar locales, sedes o presencia física en cualquier lugar, es por ello que en nuestro país y ahora último en nuestra ciudad, tenemos presencia de organizaciones que provienen de otros países, que traen un know-how muy diverso al tradicional local-regional, incrementando exponencialmente la competencia y la mejora del servicio o experiencia confortable que se le ofrece al cliente cuando acude a un local comercial. A raíz de todo esto, la calidad del servicio ha girado 360°, de pasar a ocupar los últimos lugares en la priorización de dueños y/o gerentes, a estar ahora en los primeros puestos con la finalidad de fidelizar a los clientes, asegurar su apego o preferencia por la organización. En los últimos años, se han incrementado inclusive el número de cursos, talleres o asignaturas relacionados al mejoramiento de la calidad de servicio que se le ofrece al cliente. Según últimas investigaciones publicadas por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo, para lograr una sólida y duradera mejora en el trato del capital humano para con los clientes de toda organización, es necesario cambios profundos en la forma de trabajo de la empresa, mejor dicho que comience en sus procesos, ya que de nada sirve estar siempre con una sonrisa y un cordial saludo, pero internamente los procesos conlleven a que el tiempo de atención al usuario sea mucho más de lo esperado por este. O que la concatenación de estos, termine por desgastar el orden o condiciones internas de calidad del artículo. Es por lo tanto conveniente enfocar la mejora de la performance o rendimiento organizacional vista desde sus procesos. La empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L., ubicada en pleno centro de la ciudad de

Huánuco, se dedica al expendiendo de productos de consumo masivo (lácteos, granos, bebidas y otros para el quehacer domestico diario), tiene alta competencia de empresas que se dedican al mismo rubro y que en los últimos años están innovando en su forma de atención al cliente; con la finalidad de asegurar su volumen de ventas diarias es necesario un cambio transformacional dentro de la organización, ya que se percibe cierta apatía y un trato no muy adecuado para el consumidor final, a raíz de que el procesamiento de entrega de la mercancía tiene un tiempo de ejecución superior al de la media de los otros establecimiento comerciales y el trato de los agentes vendedores no dista de la mayoría, es decir no se caracteriza por ser amable, cortes y oportuno. Mediante la presente investigación se buscó redefinir la concepción interna del establecimiento comercial, por medio de la puesta en marcha del modelo CANVAS, con sus elementos claves: redefinición de la propuesta de valor, actividades internas claves, relacionamiento con el cliente, definición del segmento de clientes y capital humano necesario. Una vez conceptualizado la nueva propuesta se realizó el rediseño de procesos de negocio en base a las áreas internas de la organización, basándose en el DMAIC process model cuya secuencia primero define lo que se desea realizar, posteriormente realiza mediciones de rendimiento, seguidamente analiza la información recopilado para luego proponer mejoras y por ultimo controlar lo que se está realizando. Además gracias al SIPOC diagrama, se podrá acercar los procesos internos de las empresa con las entradas – salidas y los proveedores y clientes de la organización, en algunas oportunidades se identificó que el problema de la baja calidad de atención al cliente parte del proveedor que no provee un producto con la garantía adecuada o que promete inicialmente. Todo los cambios y modificaciones se realizarán partiendo del diagrama o mapa de procesos que se desarrollaron a raíz de su inmersión dentro de las diversas casuísticas y problemas que acontecen a diario dentro de la organización. Para ello se empleará el enfoque que se promueve en diversas asignaturas del programa académico de Ingeniería de Sistemas e Informática, como lo es el holístico o también conocido como enfoque sistémico. El cual manifiesta que para dar solución a un problema es necesario identificar y atacar las raíces que generan el mismo, mas no afrontar el problema exteriormente (síntomas).

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema Principal

-¿Cuál es la relación que ejerce el rediseño de procesos basado en el modelo canvas en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?

1.2.2 Problemas Secundarios

-¿Cuál es la mejoría que ejerce el DMAIC process model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?

-¿Cuál es el beneficio que ejerce el SIPOC diagram model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?

1.3 Objetivo general

-Determinar la relación que ejerce el rediseño de procesos basado en el modelo canvas en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

1.4 Objetivos específicos

-Establecer la mejoría que ejerce el DMAIC process model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

-Definir el beneficio que ejerce el SIPOC diagram model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

1.5 Justificación de la investigación

1.5.1 Justificación Teórica: La presente tesis es conveniente de realizar a raíz de que se aporta teóricamente con conceptos y modelos propios de la ingeniería de sistemas, mejoramiento de procesos e ingeniería comercial; pilares básicos para el mejoramiento del servicio que brinda cualquier tipo de organización a sus clientes, sin importar si esta es público o privada. Con estos nuevos aportes provenientes de la revisión bibliográfica profunda y experimentación en la realidad se podrá contribuir con el dictado de cátedra dentro de la universidad, ya que, al tener mayor referencia teórica, esta puede ser asignada como lectura complementaria por docentes en sus asignaturas.

1.5.2 Justificación Práctica: : La presente tesis es conveniente de realizar a raíz de que contribuye con la mejora practica – técnica del funcionamiento interno de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. con los aspectos claves relacionadas a la secuencia de tareas o procesos a realizar diariamente para satisfacer las demandas de los clientes, gracias a un modelo actual de gestión: el modelo canvas, que prioriza elementos claves para el éxito de una organización: los clientes, los trabajadores y la calidad del producto.

1.5.3 Justificación Metodológica: La presente tesis es propicia de realizar gracias a que se va aplicar la información existente en nuestra realidad, empresa del distrito de Huánuco, gracias al planeamiento y organización oportuna de los temas por desarrollar en la empresa. Además, al tener como nivel el correlacional, se podrá medir el efecto que genera el rediseño de procesos sobre la calidad de servicio que ofrece la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

1.6 Limitaciones de la investigación

El desarrollo y realización de la presente investigación no presenta limitantes o actos que conlleven a su rechazo o impedimento por parte del investigador, así como por parte de la empresa, con la cual se realizó una reunión preliminar, para definir el alcance, cobertura, tiempos y resultados esperado. La empresa por su parte, esperó con ansias ver el trabajo resultante de la investigación. Por lo que se contó con los permisos y accesos requeridos para el normal desarrollo de las diversas fases de la investigación, como lo son la etapa de recopilación de información, análisis, aplicación y medición. Para ello se realizó una reunión con todos los trabajadores de la empresa en conjunto con los dueños de la empresa para poder aclarar el rol y colaboración total de todo el capital humano en su conjunto para con el investigador y toda su secuencia de actividades que se desarrolló en la empresa.

1.7 Viabilidad de la investigación

La tesis resultó viable a raíz de las siguientes premisas:

- a) **Técnica:** El investigador tuvo todo el conocimiento técnico relacionado a los temas a fin de la investigación. Producto a que, durante su formación como universitaria, se inclinó más por el área temática de sistemas, empresas, negocios y gestión.

- b) **Bibliográfica:** El investigador contó con suficientes fuentes de información para el normal desarrollo de la investigación, tanto de manera física como virtual producto a la compra de libros que se realizó desde la época estudiantil-universitaria hasta la actualidad.
- c) **Acceso al lugar de los hechos:** El investigador obtuvo los permisos necesarios para realizar la experimentación dentro de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. previa conversación con los directivos de la empresa.
- d) **Asesoría y mentoría:** El investigador contó con asesoría externa en temas de negocios y gestión, por lo que no hubo ningún inconveniente en realizar la presente investigación.
- e) **Recursos Humanos:** El investigador contó con el apoyo de personas externas para la realización de las encuestas – tabulaciones y otros trabajos manuales que se requiera para el normal desarrollo de la investigación.
- f) **Económica:** El investigador tuvo los recursos económicos necesarios para financiar los gastos totales de la tesis.
- g) **Ética y Moral:** El investigador cuenta con principios sólidos, ya definidos desde temprana edad, puesto que todo lo que se expresa en la presente investigación es de autoría (originalidad) del investigador.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales:

Chesta, R. (2014). Propuesta de plan de negocio para la empresa SEGCON por medio de un modelo Canvas (Tesis de Pre Grado). Universidad De Santiago, Santiago de Chile, Chile. Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes: Es altamente vital que uno de los objetivos principales de cualquier empresa u organización consista en incrementar las ventas y mejorar los resultados mediante una hoja de ruta clara, la cual no se encuentra disponible en la empresa SEGCON, es por esto, que surgió la necesidad de crear una propuesta de plan de negocio a través del modelo Canvas. Este modelo de negocio resulta de mucha utilidad para cambiar el rumbo de cualquier organización a raíz de su estructura la cual considera a fomentar un cambio o re direccionamiento de la propuesta de valor del negocio en conjunto con una mejora de los canales de entrega y/o comunicación con el cliente, identificar el segmento de clientes, definir los recursos claves para el normal funcionamiento de la empresa e identificar los socios claves o proveedores que generen un giro fundamental para el beneficio de la empresa.

2.1.1 Antecedentes Nacionales:

Evert, I. (2016). Gestión de procesos para la mejora de la eficacia y eficiencia en una UGEL (Tesis de Pre Grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes: La gestión por procesos es una de las herramientas más efectivas a la hora de realizar un cambio o mejora dentro de las empresas, a raíz de que esta contempla una visión más cuantitativa de las operaciones internas de la empresa, a raíz de que ya no solo se habla de manera subjetiva de lo que pasa alrededor o dentro de la organización, por el contrario se tiene un mapa más cuantificable, que presenta métricas y evaluaciones de rendimiento. El modelo de Gestión de procesos aplicado en el trabajo del presente trabajo de investigación, permite obtener resultados prácticos, como por ejemplo la mejora de la eficacia y eficiencia visualizados en la reducción de un 63.89% y el aumento de hasta 4 veces las unidades procesadas diariamente. Por lo tanto, la gestión

por procesos mejora la eficiencia y eficacia de cualquier tipo de organización, sin distinción del rubro o área al cual se quiera aplicar. La tesis sostiene su recomendación y pronta aplicación en todo tipo de organización, ya que permite realizar un seguimiento más preciso al flujo de información, trabajo, línea de mando, documentación y controles que siguen las personas e artículos que fluyen desde lo más íntimo de la empresa, hasta las manos del cliente.

Rivera, E. (2017). Mejora de los procesos de fabricación para alcanzar la certificación ISO 9001:2015 en una empresa de confecciones (Tesis de Pre Grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes: La mejora en los procesos de fabricación permite alcanzar la certificación ISO 9001:2015 en una Empresa de Confecciones, a raíz de que se automatizan, mejoran, estandarizan y controlan procesos vitales para el rubro de las confecciones como son: fabricación, corte, costura y acabados. Al hablar de una empresa dedicada al rubro de confecciones, se está hablando de una empresa que por día debe producir grandes volúmenes e artículos bajo criterios de estandarización, uniformidad y alta calidad, ya que por lo general las prendas de vestir vienen en tres tallas: small, médium y large. Así que es necesario regular la producción total, para que cuando un cliente compre al por mayor por ejemplo: 10 docenas de polos small, este tenga 120 unidades de polos del mismo tamaño y con las características similares, esto refleja la calidad de servicio ofrecido a los consumidores, con un fin de fidelización de clientes.

Chalco, S. (2015). Análisis y Mejora en los procesos Administrativos de la empresa Inversiones múltiples CAMELOT S.R.L. (Tesis de Pre Grado). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes: Mediante el diseño e implementación de la metodología de las 5S (mundialmente conocida por sus siglas que representan palabras en chino) se logró reducir el número de reclamos de los clientes en la empresa Inversiones Múltiples Camelot S.R.L. Mediante el diseño e implementación del sistema de Gestión por Procesos (se incluyó tareas de gestión en base a los procesos claves de la organización) se logró reducir los tiempos por cobranza en la empresa Inversiones Múltiples Camelot S.R.L. El

mejoramiento continuo es una herramienta que permite renovar los procesos administrativos y que las empresas están en constante actualización, a través de esta filosofía organizacional se logra que las empresas estén constantemente adquiriendo innovaciones, capacitando a su personal y buscando consultares en temas relacionados a mercado, marketing y TI.

Morante, J. (2012). Desarrollo del equipo de soporte APS (advanced planning systems) de la empresa grupo assa para elevar la calidad del servicio IT en la planificación y distribución de la producción a nivel global” (Tesis de Pre Grado). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Las conclusiones de la presente investigación son las siguientes: la calidad de servicio es un aspecto fundamental para asegurar el porvenir de cualquier organización por lo que es altamente necesario su continua mejora. La disminución de la calidad del servicio a causa de los factores internos propios de la organización y su falta de interés o control sobre el mismo, se manifiesta ante el usuario final por medio del cuadro VIII “APS-TICKETS SIN RESOLVER” que no es más que el reflejo que las tareas sin atender. Como se puede apreciar en el gráfico XLIII “APS Performance” la performance del servicio fue bajando paulatinamente desde mediados del año 2010 cuando el equipo APS quedó compuesto por 5 integrantes mientras que la cantidad de consultores que exige el servicio está por encima de 15. El descenso de la performance duró hasta finales Abril del 2011 cuando se introdujo un nuevo equipo de APS. Como se refleja en los cuadros del análisis interno XVI y XVII “Costos mensuales promedio del servicio APS” y en el gráfico XLIII “APS Performance” a pesar de ser un servicio de menor costo aumentó considerablemente la calidad del servicio que brinda APS, que en la actualidad satisface completamente las necesidades del usuario.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Rediseño de Procesos:

2.2.1.1 Proceso: Kathryn (2009), se entiende por proceso a toda actividad que se realiza dentro de una organización en cuyo actuar posee entradas, una serie de actividades internas y salidas. Para que sea conceptualizado como un proceso, este debe tener dentro de sí mismo, una serie de actividades relacionadas estrechamente, y en caso de que una de estas se vea detenida o

retardada, este hecho afecta al resultado general del proceso. Por ejemplo: el proceso de matrícula de un estudiante para el nivel secundario, este posee entradas como son: código de estudiantes, el monto a pagar, el grado académico, la fecha, tasa de bonificación; el proceso que se realiza es el siguiente: como primero punto el padre de familia o estudiante deberá de ingresar al portal web de la institución, para luego realizar su confirmación virtual, seguidamente deberá de acercarse a una entidad bancaria con el código autogenerated en el portal web y por ultimo registrar en el portal web el número de operación del banco para que sea inscrita su matrícula como válida. Los procesos se encuentran en todos lados, sin importar el rubro o tipo de negocio el cual sea, sin distinción si la empresa comercializa productos o si se encarga de ofrecer servicios. En el caso de la complejidad esta aumenta, en relación a la carga de trabajo diaria, si se compara una empresa que elabora 1000 panes diarios a otra que se encarga de elaborar 20 000 unidades de bolsas plásticas por hora; la segunda va tener mayores relaciones, eslabones y condicionantes. La palabra Proceso presenta origen latino, del vocablo processus, de procedere, que viene de pro (para adelante) y cere (caer, caminar), lo cual significa progreso, avance, marchar, ir adelante, ir hacia un fin determinado. Por ende, proceso está definido como la sucesión de actos o acciones realizados con cierto orden, que se dirigen a un punto o finalidad, así como también al conjunto de fenómenos activos y organizados en el tiempo. Según el diccionario de la real academia española esta palabra es definida como la acción de ir hacia adelante, al transcurso del tiempo, al conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. El término proceso está relacionado a varios ámbitos con concepciones diferentes, tenemos que en las ciencias para la biología, es el nombre dado a la prolongación de un órgano, una estructura o un tejido que sobresale del resto.

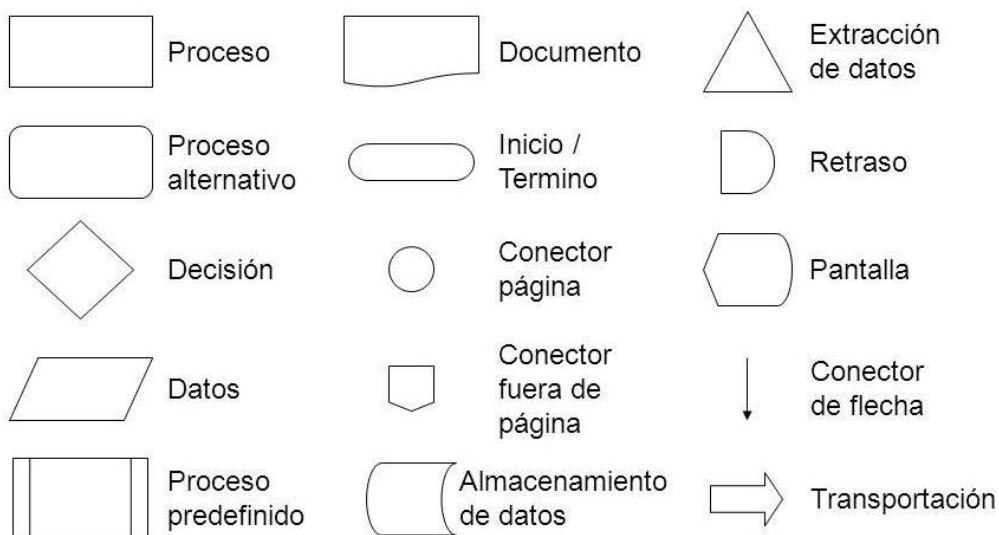
2.2.1.2 Rediseño de Procesos: Perez (2013) Una vez que se han identificado todos los procesos que posee una empresa, según áreas o regiones de cobertura, se puede realizar un diagnóstico de operatividad, rendimiento, performance, calidad, tiempos, satisfacción al cliente y de costo / beneficios con la finalidad de poder realizar cambios en su desarrollo, lo que se conoce como rediseño de procesos, para esto es necesario contar con un conocimiento

profundo acerca de la operatividad y realidad organizacional, para posteriormente en base a un trabajo colaborativo entre los accionistas y capital humano clave de la organización se puedan realizar reajustes que impliquen: cambiar el orden de las actividades dentro del proceso, suprimir ciertas actividades, redefinir el orden o secuencia de eventos, aumentar controles o actividades con la finalidad de reordenar el trabajo interno. Ejemplos de directrices de rediseño que se pueden adoptar: Cambiar el enfoque de los procedimientos internos para atender las demandas. Eliminar todas las pérdidas por retrasos, obstáculos administrativos, actividades duplicadas, actividades que no añaden valor al cliente, etc. Reducir la variación en el rendimiento del proceso. Mejorar la comunicación entre los sectores. Automatizar lo que sea posible, sacando el máximo provecho de la TI. Estandarizar el servicio.

2.2.1.3 Mapa de procesos: Roberts (1994) con la finalidad de realizar el mapa o mapeo de procesos de cualquier organización, es necesario emplear de algún software que cumpla con dicho propósito, algunos de los más recomendados son: el Bisagi, Smart draw y el MS Visio; también se puede realizar en otros aplicativos que no son exclusivos para dicha función, tal es el caso del MS Word o en MS Power point, pero la efectividad y profesionalismo del mapa no será el esperado. Una vez que se tiene identificado el software que se va emplear es necesario tener conocimiento acerca de la simbología que es comúnmente usada por la mayoría de softwares a la hora de realizar el diagrama de procesos, la cual se detalla a continuación:

-Proceso: Se suele diagramar en un rectángulo y el texto que debe ir en su interior (actividad que ocurre dentro de la empresa) se coloca de forma infinitiva (verbo) con la terminación (ar, er), por ejemplo: cortar, diseñar, dibujar, comprar, embalar, analizar, etc.

-Documento: Este diagrama se emplea cuando el proceso realiza un documento y este se archiva, guarda o emplea a modo de constancia, boleta, factura, norma, política, guía de remisión, libreta de apuntas, etc.



-Inicio-terminio: símbolo usado para indicar que dentro de la hoja de diagramación del proceso, el inicio se sitúa en tal lugar y que el final está consignado para dicho lugar.

-Retraso o tiempo de espera: se emplea para denotar que de un proceso a otro es requerido un tiempo de espera sustancial, que de no realizarlo, acarrearía un problema para la calidad del producto final. Por ejemplo: en el caso de una panadería, en donde luego de realizar el proceso de mezclado de la masa, se tiene que dejar reposar dicho producto por 1 hora, indispensable para que una vez que se meta al horno el producto, salga un producto de calidad.

-Decisión o condicional: se usa cuando el flujo del proceso, debe tener una condición o pregunta, en caso de realizarlo (respuesta: si) sigue un lugar determinado (por ejemplo: la derecha), de ser la (respuesta: no) sigue el oopuesto (izquierda). Por ejemplo: si se tiene un proceso que procede a revisar los artículos para identificar a aquellos que tienen código de barras y de ser positivo el artículo, este pasa a punto de venta; en caso de no tener uno, este pasa al área de impresión, donde por medio de una etiqueta autoadhesiva se procede a colocar el estiquer con el código de barras generado.

-Conector de flecha: uno de los elementos más usados y de principal importancia, tiene la finalidad de enlazar los procesos, documentos, decisiones y otros por medio de las flechas es que la secuencia del proceso sigue y hace que algunas actividades ocurran antes que otras y así sucesivamente.

-Transporte: por medio de este símbolo que denota que el proceso requiere que los artículos que fluyen en ese momento, sean trasladados físicamente a otro lugar para su posterior empleo o uso en la cadena del proceso. Actualmente muchas de las organizaciones tercerizan sus operaciones, por lo que resulta necesario el control del transporte de los artículos, materia prima u otros insumos que son terminados de fabricar o recién empleados en el proceso.

2.2.1.4 Reingeniería: Rosendo & Pérez (2013) se conceptualiza por reingeniería a una rama de la ingeniería, mas vinculada a temas de sistemas y negocios, en el cual, se realizan cambios radicales dentro del normal desarrollo de las operaciones de la empresa, por ejemplo: la inclusión de un nuevo equipo tecnológico que obliga a que se remueva del puesto laboral a 2 o 3 colaboradores o un cambio completo en la forma de trabajo interno de la organización que implicaría la contratación de nuevo personal con nuevas habilidades para dichas funciones. A diferencia del rediseño de procesos, la reingeniería realiza cambios más pronunciados en la organización y en parte busca la automatización con la incorporación de maquinarias o tecnologías.

La reingeniería es establecer secuencias en interacciones nuevas en procesos administrativos y regulatorios. Es un análisis y rediseño radical de la economía y de la concepción de los negocios para lograr mejoras significativas en medidas como en costos, calidad, servicio y rapidez. Su objetivo es incrementar la capacidad de gestión. Es un modo planificado de establecer secuencias e interacciones con el objetivo de aumentar la eficiencia, la eficacia, la productividad y la efectividad. Se trata de una reconfiguración profunda del proceso que se trate e implica una visión integral de la organización en la cual se desarrolla. Preguntas como: ¿Por qué hacemos lo que hacemos? y ¿Por qué lo hacemos como lo hacemos?, llevan a interpelarse sobre los fundamentos de los procesos de trabajo. La reingeniería de procesos es radical de cierta manera, ya que busca llegar a la raíz de las cosas, no se trata solamente de mejorar los procesos, sino y principalmente, busca reinventarlos con el fin de crear ventajas competitivas e innovar en las maneras de hacer las cosas. Una confusión usual es equiparar la reingeniería de procesos al rediseño o diseño organizacional, no hay que confundir, son los procesos y no las organizaciones los sujetos a reingeniería.

2.2.1.5 BPR: Silver (2012) el BPR, cuya sigla en inglés significa Business Process Rengineeering o en español reingeniería de los procesos de negocio, es una de las ramas de la ingeniería que busca generar cambios y mejoras dentro de los procesos empresariales por medio de la mejora interna del flujo de información dentro del mismo, tiene énfasis en las organizaciones, comercios, empresas y en su capital humano, como ente capaz de cambiar radicalmente la performance de un proceso, ya que por más que este correctamente planificado, diseñado, estructurado, documentado, pero si no se percibe una entrega y dedicación del capital humano, no va existir efecto alguno.

2.2.1.6 Gestión empresarial: Velázquez (2007) se entiende por gestión al hecho de planificar organizar, dirigir y controlar una organización con la finalidad de que esta alcance las metas propuesta inicialmente, con los recursos que se establecieron a un inicio y aprovechando los materiales que se tienen a mano. Cabe señalar que un pilar fundamental a la hora de hablar de gestión de una empresa u organización es la motivación intrínseca de sus colaboradores, el clima organizacional y la disciplina y controles que estos tengan. Hoy en día, este concepto a evolucionado bastante al punto de realizar gestión empresarial bajo un enfoque de sistemas aplicando la psicología organizacional, la neuroeducación, el neuroliderazgo y la estadística para medir el rendimiento de las personas dentro de la empresa. Para iniciar el proceso largo que implica realizar gestión a un negocio u empresa se realiza la evaluación, diagnostico, por medio de entrevistas directas, encuestas y observando cómo es que las cosas funcionan dentro de la empresa, para que se pueda tener una imagen general (imagen contextual) de cuál es el problema, luego se procede a encontrar las causas directas e indirectas que generan toda la problemática identificada y sus posibles consecuencias o efectos. Una vez definido aquellas acciones que generan inconvenientes se procede a realizar un plan de mejora o ruta estratégica para lograr mejoras, por medio de acciones correctivas o preventivas. Una de las partes más importantes a la hora de realizar gestión, es el liderazgo ejercido por aquel gerente, administrador o personal encargado de realizar mejoras dentro de la empresa.

2.2.1.7 Procesos principales de negocio: Velázquez (2007) se entiende por los procesos principales de todo negocio a aquellos que directamente están

relacionados o vinculados con la satisfacción del cliente final. Por ejemplo se tiene al proceso de venta o atención al cliente en el punto de venta, el proceso de realización o distribución del producto y/o servicio; ambos resultan estar altamente vinculados con la satisfacción del cliente, ya que como se conoce un cliente satisfecho, va comentar acerca de su experiencia y automáticamente recomendará a su entorno la empresa, pero un cliente que se queja y tiene reclamos, influenciara a su entorno próximo cercano para que no acuden a dicha empresa. Para establecer que procesos son los principales y cuáles no, se puede realizar una matriz en donde, por medio de calificativos se pueda priorizar numéricamente cada uno de los procesos que están presente en las áreas de la organización.

2.2.1.8. SIPOC diagrama: Velázquez (2007) el diagrama de SIPOC cuya sigla en inglés quiere decir: suppliers, inputs, process, outputs y customers, es un gráfico estratégico que es altamente empleado en el rediseño de procesos y mejoras en la gestión empresarial, se basa en alinear los 5 grupos estratégicos que influyen en el bienestar de una empresa: los proveedores (suppliers), las entradas de recursos y/o información (inputs), el proceso de transformación o entrega (process), las salidas de información, documentos, productos (outputs) y los clientes de la empresa (customers). Mediante esta herramienta se logra alinear aquellos aspectos fundamentales que muchas veces no se auto regula en función a sus entradas y salidas, si se analiza aquellos aspectos claves de la organización, poniendo como punto de partida los proveedores y clientes se consigue que la calidad del producto final ofrecido al cliente sea siempre alta. Con lo cual se estaría hablando de una mejora en la imagen integral de la organización frente a la sociedad, conllevando en una fidelización alta y constante de los clientes de la organización. Para realizar el diagrama SIPOC, se pueden emplear una infinidad de programas informáticos gratuitos o de paga, se recomienda el uso de herramientas graficas como el EDRAW, SMARTDRAW o páginas web que ofrecen una plataforma online para su desarrollo.

Cuando consigues representar un proceso para entender su funcionamiento, tienes más facilidad para comprender los requisitos o lo que espera el cliente con esa salida que se le está generando, así como las condiciones o requisitos que tú necesitas en la entrada para asegurar que lo que tú generes sea lo requerido.

Además, esta representación te permite encontrar los puntos débiles que generan problemas sobre tu proceso. Sin mencionar que logras comunicar de forma más asertiva la forma en que un proceso genera resultados, pues esta es una descripción concreta de lo que hace un proceso. De cara a la norma ISO 9001, este diagrama es una herramienta estupenda para dar cumplimiento a los numerales del sistema de gestión de calidad.

2.2.1.9 Modelo DMAIC: Córdoba (2009) el modelo DMAIC, parte de la sigla en inglés que significa: Define, Measure, Analyze, Improve y Control, en español significa: Definir, Medir, Analizar, Mejorar y Controlar. Para la realización de esta útil herramientas se comienza por encontrar una empresa u organización que requiere un cambio urgente a raíz de un problema que amenaza su estabilidad y ganancias, para ello se (1) define cual es la raíz principal (causa) que está originando toda esta problemática, se puede considerar una o más causas principales y una o más causas secundarias. Seguidamente (2) se realiza la medición por medio de los instrumentos de recolección de datos comunes que se realizan en la investigación, los cuales son: la encuesta, la entrevista, la observación directa y la revisión documental; una vez que se tenga data, se pasa al siguiente punto. (3) Analizar todos los datos recolectados, clasificarlos por medio de un cuadro comparativo y por medio de la estadística concluir en medias y porcentajes que sirvan como puntos de inflexión.

Posteriormente (4) se tiene la mejora, en base a los problemas y análisis que se realizó previamente, se diseñan, planean, organizan y ejecutan acciones de mejora para contrarrestar todo los problemas que se tienen dentro de la organización, con la finalidad de mejorar la performance de la empresa de manera general.

Por último (5) se tiene el control, para realizar esta etapa, lógicamente se tiene que haber puesto en marcha las 4 anteriores, para que cuando ya se esté desarrollándose acciones de mejora dentro de la organización, se pueda continuamente controlar, velar, prever, el normal funcionamiento de las acciones de mejora y de serlo realizar reajustes para que dichas acciones no acaben por empeorar o mejoran todo lo que se alcanzó hasta tal unidad de tiempo. En el gráfico N°01, se muestra el Diagrama que es mayormente usado por todas las

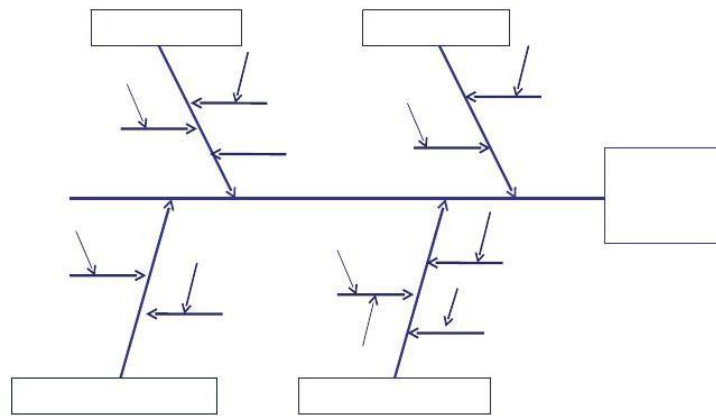


Gráfico N° 01
Fuente: Investigador

personas expertas en gestión empresarial para realizar el diagnóstico de las causas principales y secundarias de un problema, en el gráfico a la mano derecha se observa el problema, el cual se debe escribir de manera clara y delimitada, seguidamente a la mano izquierda en cada uno de los rectángulos identificar causas principales y en cada una de las líneas que ingresan a dichos cuadros, las causas secundarias o específicas.

2.2.1.10 Business Process Change Model: Rosendo & Pérez (2013), el modelo de cambio de procesos es una herramienta altamente utilizada y útil a la hora de realizar el rediseño y mejoramiento de la performance interna de una organización, ya que esta involucra factores que comúnmente no son tomados en cuenta a la hora de realizar el rediseño de procesos organizacionales como son: los environmental factors, management style, business process, information and technology, structure, people y los products-services & performance, ver gráfico N°02.

El proceso de cambio abarca todas las actividades dirigidas a ayudar a la organización para que adopte exitosamente nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios. La administración efectiva del cambio, permite la transformación de la estrategia, los procesos, la tecnología y las personas para reorientar la organización al logro de sus objetivos, maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo en un ambiente de negocios siempre cambiante.

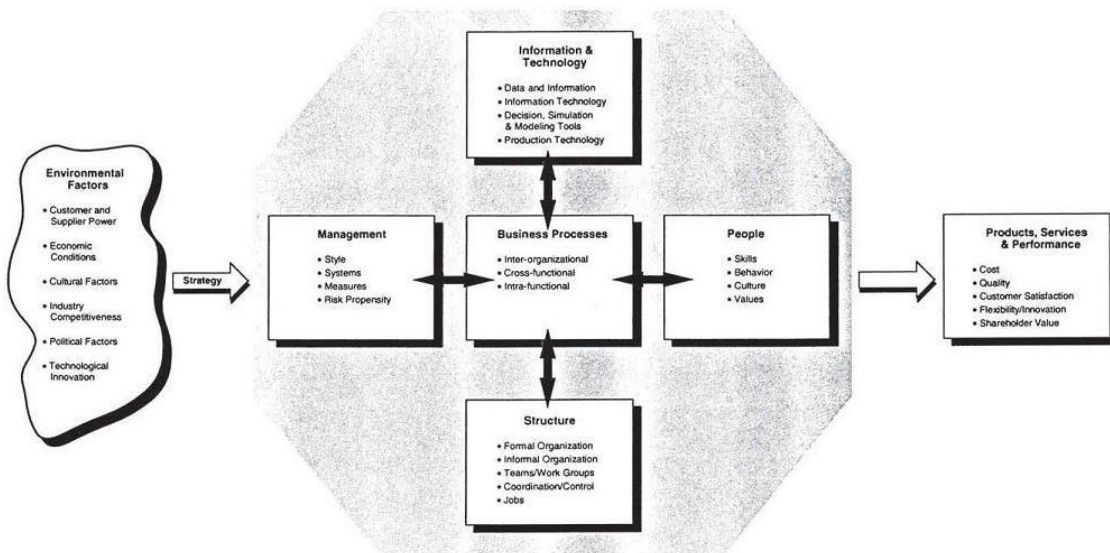


Gráfico N° 02
Fuente: URL: <https://www.umsi.edu/>

Traducido al español los factores que integra esta útil herramienta son: los factores ambientales (presión que ejercen los proveedores y clientes, las condiciones económicas, los factores culturales-coyunturales, el nivel de competitividad de la industria, los factores políticos y la innovación tecnológica), el estilo de gestión, la estructura (la forma de organización, los grupos de trabajo, los controles, coordinaciones y flujo de mando-órdenes), los procesos de negocio (inter organizacional, Cross funcional e intra organizacional), las personas (sus habilidades, comportamientos, cultura y valores) y por último los productos y servicios (costo, utilidad, satisfacción del cliente y flexibilidad de innovación)

2.2.2 Modelo Canvas

2.2.2.1 Concepto: Rosendo & Pérez (2013), el modelo canvas es una herramientas indispensable a la hora de generar cambios y mejoras dentro de la performance de las organizaciones y también como fuente de ideas de emprendimiento para nuevos negocios. Tiene como principio redefinir la propuesta de valor que la empresa desea ofrecer al cliente, con la finalidad de fortalecerla o de ser el caso, cambiarla, con la intención de satisfacer las cambiantes expectativas de la población. Seguidamente se analiza y define el segmento de clientes al cual la empresa quiere enfocarse (nicho de mercado), por ejemplo: es totalmente diferente tener como clientes a adolescentes de 16 a

20 años, que a señoras de 25 a 30 años, ya que poseen necesidades muy distintas, influencia cultural muy cambiante y sobre todo la carga familiar, las personas jóvenes piensan más en recreación (diversión), en cambio las señoras de 25 a 30 años, por su edad de madres jóvenes buscan cosas que tengan un beneficio no solo en ellas, sino también un alcance en sus hijos y su familia. Tercero, los canales de comunicación, responden a la clásica pregunta: ¿Cómo la empresa va interactuar con sus clientes?, ya sea para la etapa de promoción, así como para la etapa de distribución o venta. Es muy distinto optar por un canal por medio de la tecnología Facebook, página web o aplicativos móviles a optar por canales más tradicionales como la venta por catálogos o por medio de venta-física-directa. En su mayoría las personas cuyas edades oscilen entre los 20 a 30 años, podrían usar el internet para realizar sus operaciones, pero aquellos que sobrepasen los 40 años, resulta mucho más tedioso y complicado el hecho que usen sus smartphones con aplicativos (app) para realizar dichos procesos a raíz de que para su generación: “el comprar por medios electrónicos resulta muy inseguro y se presta para muchos engaños”. En el gráfico N° 03, se presenta el esquema del modelo CANVAS completo, en este se puede visualizar todas las partes que se explica en el presente inciso. El cuarto es la relación que se va tener con el cliente, se da respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Qué se puede hacer para captar nuevos clientes?, ¿Cómo puedo enamorar a mis clientes?, ¿Qué mecanismos puedo emplear para fidelizar constantemente a mis clientes? El quinto son las fuentes de ingreso, se da respuesta a las siguientes interrogantes: ¿a qué precio puedo comercializar mis productos-servicios?, ¿Qué medios de pago aceptare de mis clientes?, ¿es necesario algún mecanismo o tecnología para aceptar dicho pago a mis clientes? Beneficios de utilizar el Canvas de Modelo de Negocio. El método canvas es una herramienta (lienzo) muy práctica ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas que ponen en juego la viabilidad de tu negocio. El canvas model es muy sencillo, un lienzo muy intuitivo y divertido. Te permite trabajar en equipo: Cuelga el lienzo en la pared y haz que el modelo de canvas esté visible para todos. Retira las mesas y trabaja en grupo de una manera muy interactiva y dinámica. Visual: Te permite ver de manera global TODO los aspectos importantes que configuran tu canvas de modelo de negocios.



Gráfico N° 03
Fuente: URL: <https://www.blogventurecapital.com>

Seguidamente se tiene los recursos necesarios para llevar el producto y/o servicio al cliente, dentro de los recursos se consideran las maquinarias, el capital humano, los insumos, medio o lugar de trabajo, entre otros aspectos necesarios e indispensables para desarrollar la labor. En muchos casos, dependiente del rubro o giro del negocio es requerido recursos muy específicos o que inclusive son escasos en el medio local, por lo que requiere importarlos del extranjero y esperar un mes aproximadamente hasta que pueda arribar a nuestro país, es por ello, que resulta oportuno que se estudie los recursos con la finalidad de prever percances, demoras, faltas o fallas. El séptimo son las actividades claves del negocio o mejor dicho aquellos procesos o actividades que resultan indispensables para obtener el valor agregado que se le brinda al producto o servicio. El penúltimo son los socios clave que posee la organización, con que proveedores o entidades públicas o privadas es necesario que se creen y afiancen los vínculos para agilizar el trámite de los procesos y así obtener el producto / servicio de una manera mucho más eficiente. Por último se tiene la estructura de coste de la compañía, en que aspectos se debe invertir el dinero producto de las utilidades de la organización con la finalidad de asegurar su crecimiento y evitar su estancamiento según el paso del tiempo; además de eso se establece el monto a invertir por mes o periodo según el balance de pago-endeudamiento que posee la empresa. En su conjunto el modelo CANVAS ofrece una estructura de análisis integral en donde la persona encargada de realizar los cambios o mejoras, puede tener un marco general acerca de todos

los aspectos claves para asegurar el porvenir de cualquier organización, sin importar el rubro en el que se encuentre, pudiendo pasar desde un restaurant, a un ferretería y a una mina.

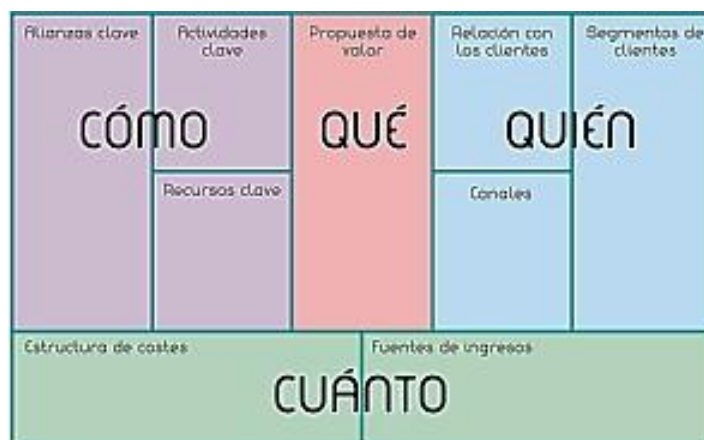


Gráfico N° 04
Fuente: URL: <https://www.blogventurecapital.com>

En resumen el CANVAS brinda 4 grandes áreas para el mejoramiento de una organización: el cómo (actividades a realizarse para lograr cambios significativos), el que (que se debe realizar y correspondientemente medir), el quién (con quienes se debe trabajar los cambios o para quienes es que se realiza las mejores) y el cuánto (se debe incrementar el costo o precio del producto o servicio en base a la calidad que se ofrece y competitividad del mercado).

2.2.3 Calidad de Servicio

2.2.3.1 Concepto de calidad: Velázquez (2007) ,dentro del ámbito de las organizaciones u empresas, la palabra calidad a toma un gran auge y se ha masificado en todas las áreas de la organización, se entiende por calidad, cuando una actividad, proceso, producto o servicio se realiza conforme con los estándares ideales bajo los cuales se han elaborado, estos estándares se establecem bajo parámetros de comparación con empresas similares, productos similares y lineamientos regidos por organismos internacionales y/o nacionales como es el caso de la ONU (organización de naciones unidas), OMS (organización mundial de la salud), OIT (organización internacional del trabajo), MINTRA (ministerio de trabajo del Perú), MINSA (ministerio de salud del Perú), SUNAT (superintendencia nacional de administración tributaria), etc.

Para hablar de calidad, es necesario conocer el triángulo de la calidad, ver gráfico N°05, en este denota que la parte central superior de todo lo que se conoce como calidad está determinado por las políticas de calidad que se puedan establecer dentro de las organizaciones, como se sabe, una política es un texto elaborado en conjunto por la alta dirección de la organización con los trabajadores de mayor experiencia, con la finalidad de asegurar un andar según los criterios que encaminen al éxito organizacional, seguidamente se tiene el manual de calidad y manual de procesos, que no es otra cosa que aclarar aquellas actividades o procesos que resulten determinantes para la obtención del producto final. Otro punto importante son las instrucciones y especificaciones que se debe realizar con el capital humano de la organización, para esto es necesario reuniones de capacitación, inducción y entrenamiento, por medio de talleres, que se pueden realizar una, dos o hasta tres veces por semana, en horarios según la disponibilidad de tiempo de la organización. Por último, pero no menos importante, son los registros mediante estos se dejan las evidencias



Gráfico N° 05
Fuente: URL: <https://www.blogventurecapital.com>

Objetivos del funcionamiento de las actividades y procesos con la finalidad de poder auditarlas o controlarlas después. Por ejemplo: sí se desea realizar una capacitación en temas de trato al cliente con el personal de la organización, los registros o evidencias que pueden denotar la existencia y normal desarrollo de la capacitación son: actas de asistencia con firma y hora de entrada-salida, test

o hojas de evaluación realizadas con el capital humano, evidencia fotográfica y emisión de certificados o diplomas por la organización.

Además para asegurar la calidad dentro de las organizaciones, es necesario conocer los componentes de la casa de la calidad (ver gráfico N° 06), que tiene como base fundamental la existencia de procesos estables y estandarizados, los cuales se ejecuten y desarrollen diariamente, la clave recae en la estandarización, para lograr que todos los días que la organización labore, procese productos o servicios genere resultados similares. Seguidamente se tiene la gestión visual, donde todo lo que se realice en la organización sea visible o transparente para el resto en conjunto con la producción nivelada. Además en la parte central de la casa de la calidad se aprecia herramientas de resolución o identificación de problemas: los 5 porque (hacerse la misma pregunta sobre un problema 5 veces para asegurar que la raíz o fuente del problema sea la principal (origen de todo), también se tiene las 5 s, palabras en el idioma chino, que consiste en un ordenamiento del espacio de trabajo, donde comienza por la clasificación de las cosas-objetos, ordenamiento, y mantenimiento de la filosofía de pulcritud. Para lograr tener resultados alentadores es necesario la formación



Gráfico N° 06

Fuente: URL: <https://www.blogventurecapital.com>

de equipos de trabajo, con metas bien claras y definidas, de preferencia equipos multidisciplinarios. Lo que se busca es asegurar productos 100% seguros, al mejor precio, con la mejor garantía, que satisfaga las necesidades de los consumidores y las expectativas por las cuales fueron comprados.

2.2.3.2 Mejora continua: Velázquez (2007), uno de los principales objetivos de la gestión empresarial, es que los cambios o el buen rendimiento que pueda presentar la organización, sus colaboradores y nivel de ventas no solo duren por un corto periodo de tiempo, que generalmente es los primeros meses de haberse puesto en marcha la ejecución del plan, sino que este perdure a través del tiempo, para lograr este cometido es que existe este concepto-modelo: la mejora continua. Su principal cometido es que según como pase el tiempo, se mejore constantemente la performance de la organización, para ello parte de 4 pilares (ver gráfico N° 07), la planeación, el hacer o ejecutar, el verificar o medir y el actuar por medio de acciones correctivas o preventivas según amerite el caso.

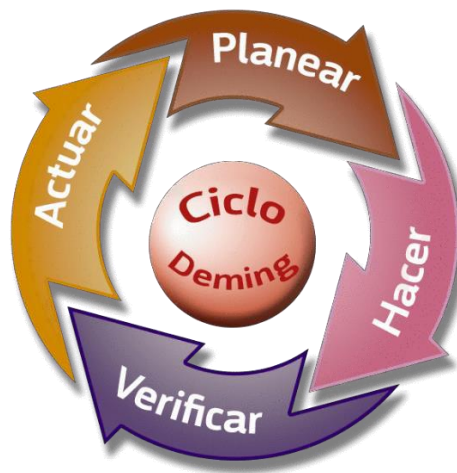


Gráfico N° 07
Fuente: URL: <https://www.economist.com/>

Para poner en práctica la mejora continua y sus 4 principios, también conocido como ciclo de Deming, es necesario planear lo que se quiere mejorar constantemente, en este caso por ejemplo: el sabor y la sazón de un restaurant, para ello se debe ejecutar un proyecto de recopilación constante de información por parte de la clientela, a través de preguntas, entrevistas o encuestas en las cuales se recabe información de los clientes, así mismo también se podrían incluir los reclamos o quejas que se tengan. Una vez que se tenga toda la data en bruto, se procede a procesar toda la información, con la finalidad de extraer información valiosa y útil para beneficio de la organización, en base a esto se desarrollan acciones de mejora en la empresa.

2.2.3.3 Producto vs Servicio: Silver (2012), a lo largo de todo el presente informe de investigación se viene describiendo que el producto resultante de una

organización puede ser un producto o un servicio, por ejemplo: en el caso de una empresa maderera, el producto sería los pies de madera que esta comercializa o los muebles ya terminados (comedores, sillas, mesas, etc.) que se pueden llegar a confeccionar. Mientras tanto, para un buffet de abogados, el producto resultante que se lleva o satisface las expectativas del cliente no es un artículo (producto) físico, por el contrario algo intangible, un servicio. Sin embargo, al hablar de calidad y procesos no existe ninguna distinción entre ambos, ya que el procesamiento, actividades, controles, y criterios de calidad son los mismos para ambos casos.

2.2.3.4 TQM: Silver (2012), el TQM, significa Total Quality Management, en español, gestión de la calidad total. Es una teoría en el ámbito de la ingeniería y gestión que consiste en que toda la empresa trabaje o se desenvuelva con la finalidad de asegurar productos-procesos- servicios de calidad. Para ello véase el siguiente

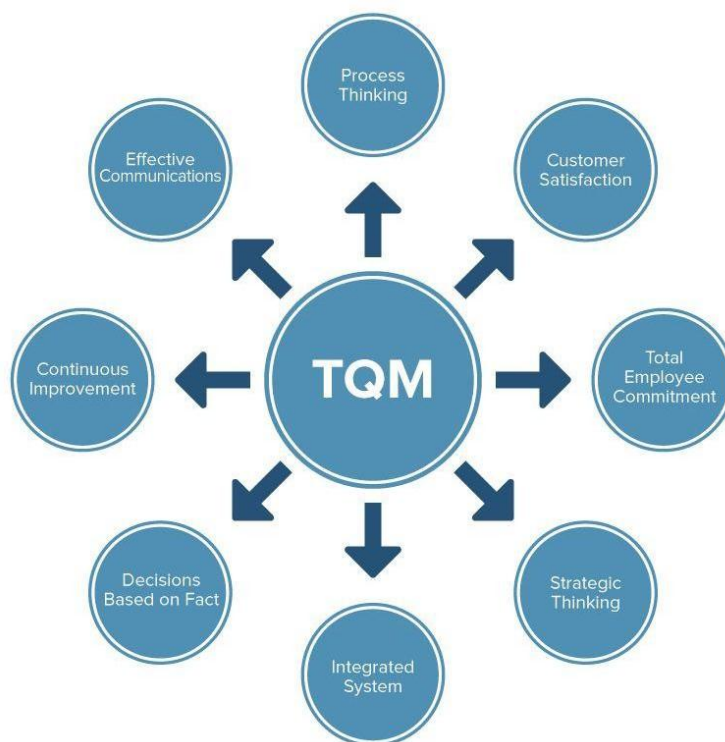


Gráfico N° 08

Fuente: URL: <https://www.mindtools.com/>

Gráfico N° 08, en donde se muestra todas las áreas de influencia que tiene la TQM, el pensamiento enfocado en procesos, la satisfacción total de los clientes,

el compromiso total de los colaboradores o capital humano, el pensamiento estratégico, los sistemas integrados de gestión, las decisiones basadas en hechos, el mejoramiento continuo y la comunicación efectiva entre todas las personas que trabajen para la organización, sin importar su cargo, rango o estatus. Asegurando que todos estén comprometidos con lograr lo que la organización espera, el compromiso o identificación organizacional es fundamental dentro de una empresa, ya que, por medio de esta, se genera una sinergia de trabajo interno.

2.3 Definiciones conceptuales

a) Rediseño de procesos basado en el modelo CANVAS: Mejoramiento de la forma de trabajo diaria de la empresa Inversiones Centro Oriente S.R.L. a través del rediseño de procesos, previo el mapeo y planificación en base a los lineamientos establecidos por el CANVAS, teniendo como comienzo la propuesta de valor que se le ofrece al cliente, el mejoramiento de las relaciones con los mismos, fortalecimiento de los canales de comunicación y entrega del producto final y asegurando que los recursos necesarios para el logro de objetivos estén siempre accesibles para la empresa. Para esto se empleó el enfoque de sistemas, así como varias herramientas de gestión de negocios y procesos para lograr originar un cambio sustancial en la organización. El rediseño se realizó por medio de un software de diagramación.

b) Calidad de servicio: la calidad de servicio está representado por la forma en que la organización interactúa con sus clientes, comenzando desde el saludo, la forma como es que se aborda al cliente, las respuestas que se tenga para sus interrogantes, soluciones inmediatas que se le pueda brindar en base a sus necesidades, rapidez en la atención, entrega oportuna y correcta de artículos y un agradecimiento y despedida cordial que genera una fidelización de dicha persona hacia la empresa. Sí existe un compromiso constante y alto de los colaboradores de la organización por mantener una alta calidad de servicio, esto va generar que la empresa sea vista con buenos ojos por la población, más clientes se incrementarán en la organización y las utilidades también se verán incrementadas, resultando todos ganadores.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis Principal

-El rediseño de procesos basado en el modelo canvas mejora la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

2.4.2 Hipótesis Secundarias

-El DMAIC process model contribuye con mejorar la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

-El SIPOC diagram model promueve la mejora de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente: Rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

2.5.2 Variable dependiente: Mejora de la calidad de servicio de la empresa.

2.6 Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR
Rediseño de Procesos	DMAIC process model	-Definir situación actual -Medir performance -Analizar datos -Formular Mejoras -Controlar las acciones
	SIPOC diagram model	-Proveedores (Suppliers) -Entradas (Inputs) -Procesos -Salidas (Outputs) -Clientes (Customers)
	Business Process Change Model	-Mapa de Procesos de negocio -Simbología de diagramación -Factores Ambientales -Sistema de Gestión y Estructura Org. -Capital Humano -Modelo Canvas
Calidad de Servicio	Elementos tangibles	-Presentación personal -Imagen de la empresa -Limpieza y pulcritud
	Fiabilidad	-Entrega correcta de artículos. -Entrega oportuna de artículos.
	Capacidad de respuesta	-Respuesta a las consultas de los clientes.
	Garantía	-Confianza -Credibilidad
	Empatía	-Comunicación -Persuasión

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

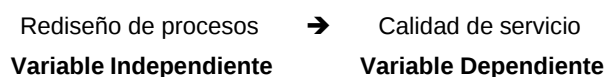
3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Enfoque

La tesis se desarrolló siguiendo el apoyo metodológico basado en las fuentes físicas bibliográficas de Hernández, R. et al (2010) y Velázquez, A. (2007); el enfoque que presenta el proyecto es el Cuantitativo. Ya que los datos producto de los instrumentos de recolección de datos son calificativos numéricos, que trabajan bajo la escala del 0 al 100. Con lo cual se puede probar numéricamente la hipótesis mediante una prueba de inferencia estadística (R de Pearson), y cuadros estadísticos que respalden la información (media, varianza, histograma de frecuencia).

3.1.2 Alcance

La tesis tuvo un alcance correlacional, a raíz de que se busca probar la relación que existe entre el rediseño de procesos basado en el modelo CANVAS en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L., para ello se realizó modificaciones, alteraciones y cambios en la variable independiente y se medirá la repercusión que tenga sobre la variable dependiente.



Según la hipótesis principal planteada con la tesis, dicha relación es positiva, ya que, aplicando las diversas técnicas de la ingeniería en la empresa, se logró mejorar la calidad de servicio.

3.1.3 Diseño

El diseño de la tesis es el cuasi-experimental. A raíz de que se va desarrollar y aplicar la variable independiente, pero la composición de la población y elección de la muestra no se realizó al azar, debido a la naturaleza de los integrantes de la misma; por lo tanto, no puede ser catalogado como experimento puro.

El esquema del diseño de investigación cuasi-experimental se presenta a continuación:

G 01 x 02

En Donde: G es el grupo correspondiente a la muestra a estudiar, O1 y O2 son las observaciones (recopilación de información) que se realiza en el transcurso del tiempo (antes y después) sucesivamente en la empresa.

3.2 Población y muestra

La población de la presente investigación está constituida de la siguiente manera (véase el cuadro N° 01):

Esquema N° 01

Cuadro de integrantes de la población

TIPOS DE CLIENTES	CANTIDAD REGISTRADA
<i>Empresas minoristas</i>	125
<i>Empresas mayoristas</i>	45
<i>Entidades del estado</i>	10
<i>Público en general</i>	393

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

La población esta categorizada en 4 grupos, gracias a los años de experiencia que cuenta la empresa en el mercado y a raíz del gran volumen de ventas que realiza año tras año, en la base de datos se ha podido identificar registro de clientes, por lo que para llevar un orden mucho mejor, con fines de análisis y trabajo, se ha clasificado según el tipo de entidad que es: empresas minoristas, mayoristas, entidades del estado (ESSALUD, GOREHCO, SUNAT, TRANSPORTE, etc) y el público en general (población de la ciudad de Huánuco). La muestra, según Córdoba, I. (2009), está constituida a criterio del investigador, a raíz de las características y comportamiento de la población (su presencia en el tiempo destinado a la investigación no es fija-segura), es por ello, que solo se está trabajando con el público en general (población: 393), la muestra se calcula por medio de la aplicación de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

Los datos que se incluyeron en la formula son los siguientes: ($e=0.10$), ($z=0.95$), ($N=393$), con estos datos el valor final de la muestra es de 78 personas o clientes que acuden a la empresa a realizar sus compras domésticas.

Por lo tanto, la muestra va estar compuesta por 78 clientes que acuden a realizar la adquisición de sus bienes de primera necesidad a la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se va emplear es la encuesta con su instrumento ficha de encuesta, las cuales se detallan a continuación:

Universidad de Huánuco
Ingeniería de Sistemas e Informática
Ficha de Encuesta N°01 – Tema: Rediseño de Procesos

--	--

Instrucciones:

Buen día, estimado colaborador de la empresa Inversiones Centro Oriente, a continuación, se presenta una encuesta cuya finalidad es realizar un diagnóstico situacional de nuestros procesos y su gestión interna. La encuesta es **ANÓNIMA**, por lo que DESEAMOS que RESPONDAS con la **VERDAD**, tómate tu tiempo para responderla. **Marque con una (x)** sobre la alternativa que más se ajuste a tu respuesta.

1. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha estudiado, analizado y definido recientemente su situación actual?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

2. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha evaluado el nivel de rendimiento de las áreas, personas y procesos?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

3. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado estratégicamente los datos provenientes de las entrevistas, encuestas y reuniones de trabajo con todo el capital humano de la empresa?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

4. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han formulado acciones de mejora en base al diagnóstico de causas que generan inconvenientes internos?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

5. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han controlado las acciones de mejora con la finalidad de velar por su normal funcionamiento y efectividad?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

6. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado correctamente a los proveedores y previsto sus fortalezas y debilidades?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

7. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado todas las entradas necesarias que requieren los procesos internos de la empresa?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

8. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado y modelado los procesos claves que son necesarios para brindar el producto/servicio al consumidor final?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

9. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado, listado y controlado todas las salidas (productos-servicios-intermedios) que la empresa genera?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

10. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, estudiado los tipos de clientes que acuden al local comercial, con la finalidad de comprenderlos más a fondo en relación a sus necesidades y preferencias cambiantes?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

11. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha realizado el mapeo de procesos principales de la empresa y es de conocimiento general de todos los participantes?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

12. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha tomado en cuenta y respetado las funciones y características de la simbología de procesos a la hora de realizar el diagrama del negocio?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

13. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado y considerado dentro del planeamiento estratégico los factores ambientales como mecanismos que interfieren en el funcionamiento general de los procesos de la empresa?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

14. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha seguido todos los pasos de mejora o cambio, de manera ordenada en función al sistema de gestión establecido en la organización, que es de libre conocimiento de la alta dirección y de los colaboradores de la empresa?

	Totalmente de acuerdo			De acuerdo			Ni de acuerdo ni en desacuerdo			En desacuerdo			Totalmente en desacuerdo	
--	-----------------------	--	--	------------	--	--	--------------------------------	--	--	---------------	--	--	--------------------------	--

15. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, diseñado y plasmado adecuadamente la estructura organizacional de la empresa en función a las decisiones, cadena de mando y flujo de recursos o información?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

16. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado, previsto y evaluado la funcionabilidad del capital humano de la organización, garantizado en todo momento su adecuado dominio de habilidades blandas?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

17. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cuál es el valor agregado que posee la organización en función al modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

18. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado los canales de comunicación que resultan oportunos para interactuar con el segmento de clientes actual, según el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

19. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado quienes son los socios claves (relaciones, vínculos, amistades) que sirvan como motor que propicie el desarrollo de la organización, según el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

20. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cual es la mejor estructura de costes de los productos y las fuentes de ingreso que tiene la organización como mecanismo para planificar futuras inversiones, adquisiciones y solicitudes de préstamos bancarios, según lo establecido en el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

Universidad de Huánuco
Ingeniería de Sistemas e Informática
Ficha de Encuesta N°02 – Tema: Calidad de Servicio

--	--

Instrucciones:

Buen día, estimado cliente de la empresa Inversiones Centro Oriente, a continuación, se presenta una encuesta cuya finalidad es realizar un diagnóstico situacional de nuestros procesos y su repercusión en su persona. La encuesta es **ANÓNIMA**, por lo que DESEAMOS que RESPONDAS con la **VERDAD**, tómate tu tiempo para responderla. **Marque con una (x)** sobre la alternativa que más se ajuste a tu respuesta.

1. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la presentación personal (vestimenta, pulcritud) de sus trabajadores es la adecuada para brindarle un servicio de calidad?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

2. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la imagen externa de la empresa es propia para una empresa que desea ser pionera en su rubro dentro del mercado de Huánuco?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

3. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La limpieza y pulcritud existente dentro del local demuestra calidad y respeto para su clientela?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

4. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho es la correcta, en base a la orden de pedido que realizó?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

5. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho se realiza lo más rápido posible asegurando que no existe inconformidad por parte de sus clientes?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

6. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿Al momento de realizar alguna consulta sobre las propiedades, características, usos, precios u otros que sea el caso de los productos que expende el local comercial, recibe un respuesta sólida y cordial por parte de los trabajadores?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

7. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa ofrece garantía a su clientela, por ser esta una organización afianzada en el ámbito local (confiable)?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

8. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa es creíble cuando anuncia alguna promoción, oferta o noticia en relación a sus productos y/o servicios a raíz de su larga trayectoria que tiene en el mercado local?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

9. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de comunicación que tiene la empresa para con sus clientes es la adecuada ya que emplea diversos medios para realizar consultas, comunicados o recibir algún reclamo respectivo por parte de su clientela, como por ejemplo las redes sociales, whatsapp, número telefónico y correo electrónico?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

10. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de persuasión que tiene la empresa y sus vendedores es el adecuado, ya que no resulta cargado ni pesado, por el contrario fomenta un ambiente agradable para realizar las compras dentro del establecimiento comercial?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Procesamiento de datos

La empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. ubicada en el Jr. Leoncio Prado # 1082 Int. A, identificada con RUC 20489596289, cuenta con más de 20 años de experiencia dentro del mercado Huanuqueño ofreciendo productos de primera necesidad a la población Huanuqueña y distritos colindantes, dentro de su cartera de productos se tienen: abarrotes (arroz y azúcar nacional e importada, aceites, fideos, harinas, galletas), bebidas, licores, artículos de limpieza, entre otros. La empresa cuenta con convenios durante todo el año para atender a instituciones tanto públicas como privadas, dentro de las instituciones públicas se puede listar: gobierno regional de Huánuco, Municipalidad Distrital, Red de Salud, Dirección de transporte, Sector Agricultura; entre muchas otras. Para mantenerse en pie durante más de 20 años, la empresa recibe el respaldo de los pobladores Huanuqueños, quienes confían en los productos que la empresa comercializa, denotando la calidad de los mismos; sin embargo, muchos de los clientes manifiestan que existen muchos aspectos internos que pueden ser mejorados o que se requiere implementar innovaciones con urgencia, para hacer frente a la competencia proveniente de países extranjeros, así como la gran aparición de empresas de rubros similares que se dedican a comercializar abarrotes al público en general.

La investigación tuvo como punto de partida el mejoramiento de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. por medio del rediseño de procesos basado en los 9 aspectos del modelo CANVAS. El modelo CANVAS tiene la finalidad de alinear las diversas tareas – aspectos de la empresa hacia un mejoramiento de la calidad de los productos y/o servicios que ofrece la organización a sus clientes. Está compuesto de las siguientes dimensiones: a) Relación con los clientes; b) Segmento de consumidores; c) Fuentes de ingresos; d) Canales de distribución y comunicación; e) Recursos clave para asegurar el éxito dentro de la organización; f) Estructura de costos totales para obtener el producto-servicio final; g) Socios clave para mejorar el desempeño de la organización; h) Actividades clave para brindar el producto-servicio al cliente e i) Propuesta de valor. A continuación, se procederá a explicar lo que realizaba la empresa antes de la aplicación de la investigación (sin las

mejoras planteadas gracias al enfoque sistémico y rediseño de procesos CANVAS) para cada dimensión:

a) Propuesta de valor: El principal responsable de establecer y definir la propuesta de valor de la organización es el gerente general de la empresa. Su persona redacta la política de trabajo interna, la cual regirá el modo de operar de todos los colaboradores de la organización. El área de ventas es la principal encargada de dar respuesta a la propuesta de valor de la empresa, la cual se manifiesta a través de la siguiente frase: “mejor trato”, la empresa busca fomentar un trato más cercano y ameno con sus clientes al momento de realizar la adquisición de sus bienes, como mecanismo para fidelizar al cliente.

b) Relación con los clientes: La relación con el cliente se basa en la confianza y en la atención bajo dictado o pedido, por medio de una asistencia personal de un colaborador del área de ventas. El cliente detalla todos los productos a llevar, el personal toma la orden, lo procede a registrar en el sistema informático, luego un encargado del área de almacén procede a recopilar todos los productos, se los muestra al cliente (dando conformidad las cantidades) y se finaliza la atención.

c) Segmento de clientes: el segmento de clientes al cual se enfoca la empresa, es al B y C, es decir personas que siempre están buscando ahorrar en sus compras, los clientes son en su mayoría personas dependientes (trabajadores de entidades públicas y privadas), así como personas independientes que poseen negocio.

d) Fuente de ingresos: Las fuentes de ingresos están marcadas por el pago que realizan los clientes gracias a la compra de productos, en resumen, se puede mencionar que los clientes realizan entre un 20% a 30% de compras con medios de pago vía tarjeta de débito o crédito gracias al POS (VISA y MASTER) instalado en la empresa, el otro 70 – 80% es realizado en efectivo. Otra fuente de ingreso importante a lo largo del año, es la venta a través de vales, que son entregados a diversas instituciones por montos que fluctúan desde los s/. 50.00 hasta los s/.300.00 soles.

e) Canales: Los canales que se emplean en el establecimiento comercial para entregar el producto a los clientes son los siguientes: venta directa (negocio –

cliente) en el cual los clientes acuden presencialmente al local comercial para adquirir sus productos. Venta por mayor (negocio – negocio) en el cual el comercio puede acercarse al establecimiento comercial a recoger sus productos, pero mayoritariamente se realiza el reparto a domicilio de los mismos.

f) Recursos clave: Dentro de los recursos clave para el óptimo funcionamiento de la empresa se tiene al: sistema informático de venta electrónica (interconectado a la superintendencia nacional de administración tributaria SUNAT) , mediante el cual se puede visualizar los precios y stock de los productos; el capital humano de la organización (sin el personal no se podría realizar la atención a los clientes), almacén (sin un amplio y adecuado almacén no se podría atender los pedidos de los clientes) y las góndolas de exhibición de productos.

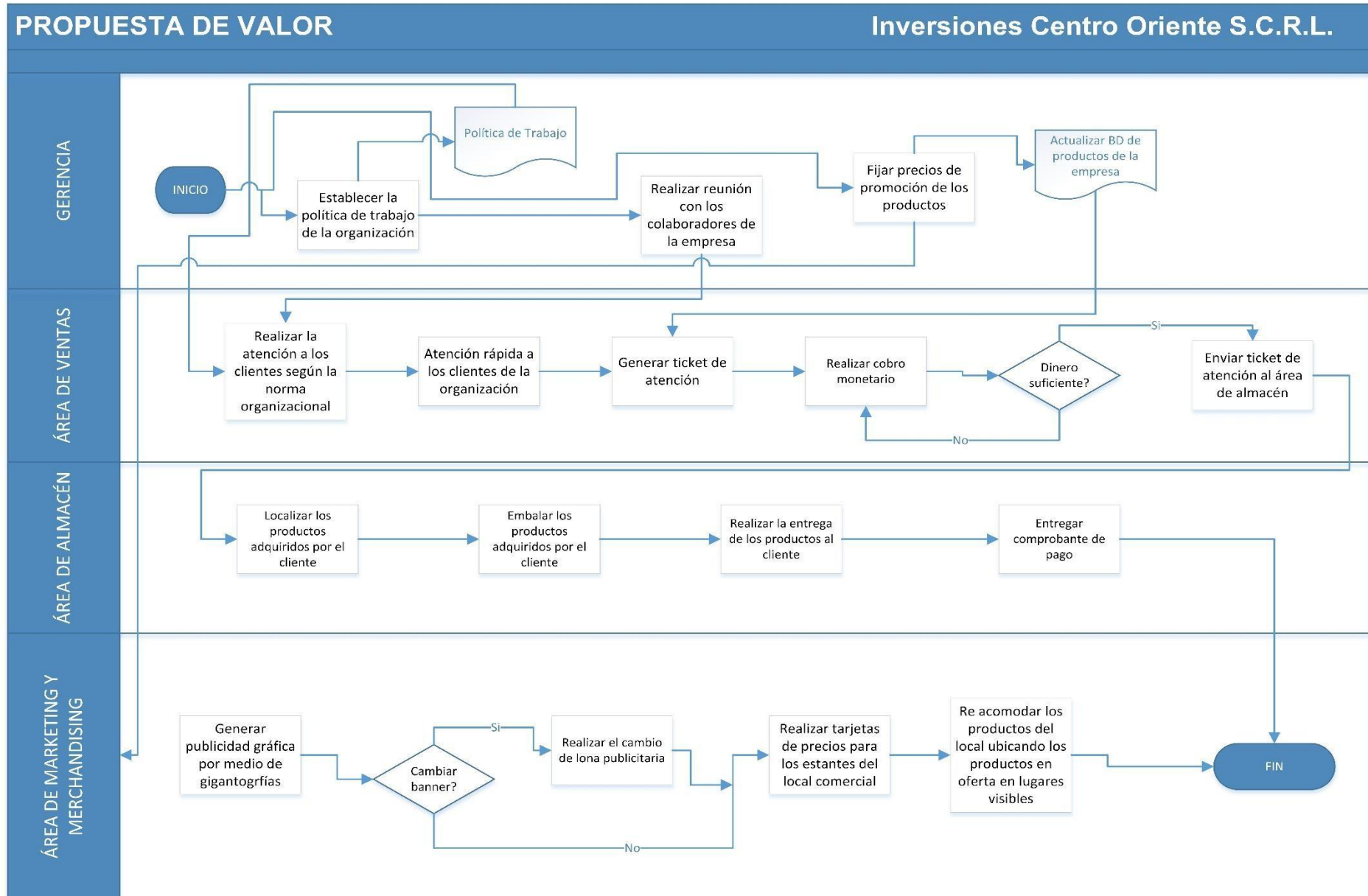
g) Estructura de costos: Para determinar los costos de los productos, esta ardua e importante labor se realiza en el área de compras. Cabe resaltar que para mantener en pie la organización es necesario que el balance entre egreso e ingresos sea favorable para la organización, es decir que siempre existan utilidades. Para esto, es necesario realizar un adecuado cálculo de todo el gasto que se incurre desde la pre adquisición de los productos, adquisición, adecuación, acomodado, venta y otros gastos realizados posterior a la venta y cierra del local comercial. Se contabilizan costos fijos y variables, dentro de los costos fijos se tiene el pago del local comercial, pago de los servicios de agua-luz, pago al personal que realiza dicha actividad, entre otros. Dentro de los costos variables se tiene el pago del envase contenedor (plástico) de algunos productos, costo del producto, costo de flete del transportista, entre muchos otros.

h) Los socios clave: los socios que determinan sí la empresa alcance el éxito o no, son los proveedores (nacionales y locales), gracias al cercano lazo que existe con ellos, se puede anticipar subidas de precio, escases de productos, así como llegar a otros proveedores que comercializan los mejores productos a excelentes precios. Gracias a los proveedores, se puede recibir ofertas, descuentos y por ende una mejor llegada al consumidor final

i) Actividades clave: Procesos necesarios o importantes para obtener el producto final listo para su distribución o entrega al cliente final. A continuación se presentan los diagramas de procesos de la empresa según el modelo CANVAS:

Esquema N° 02

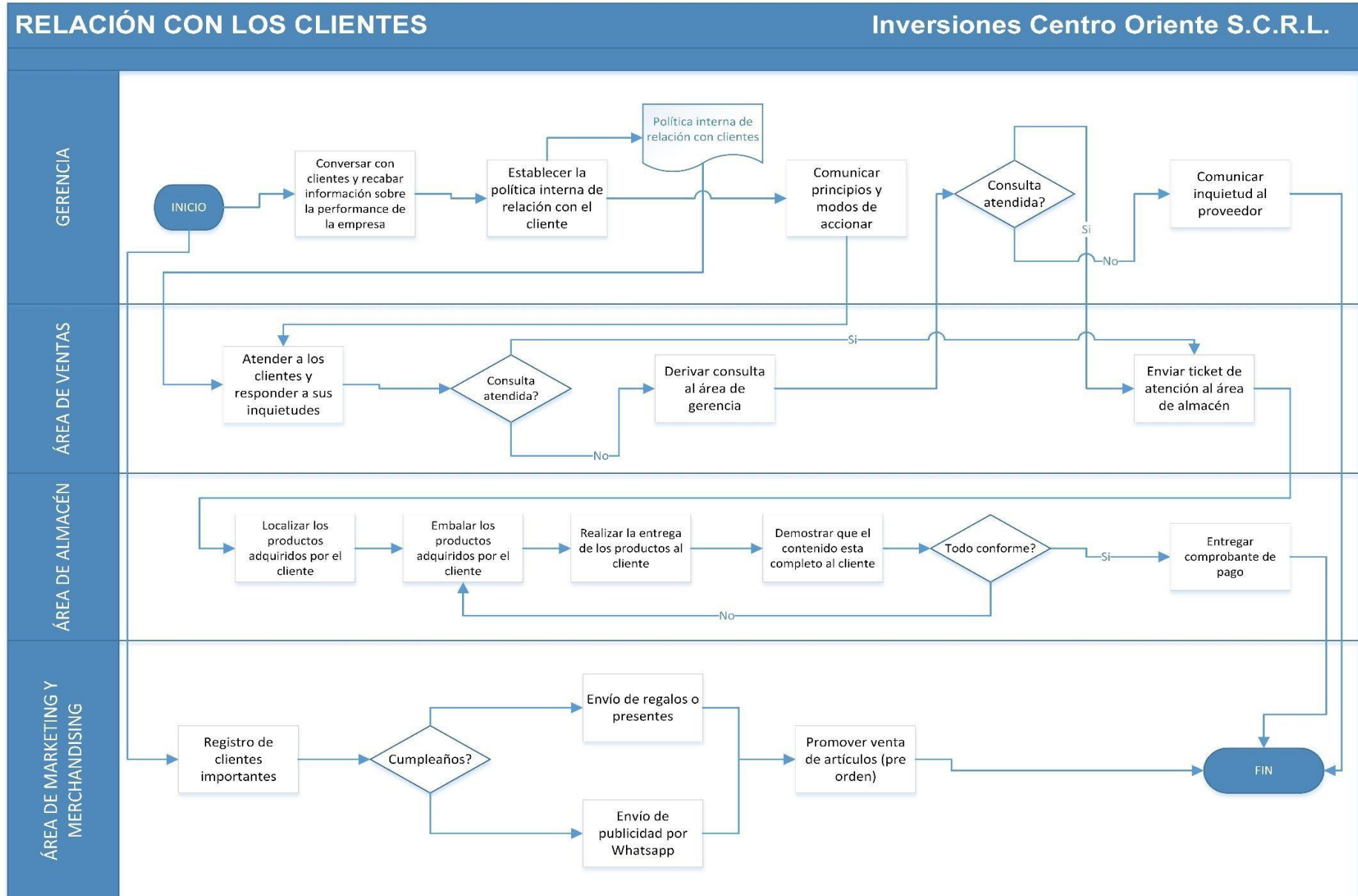
Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Esquema N° 03

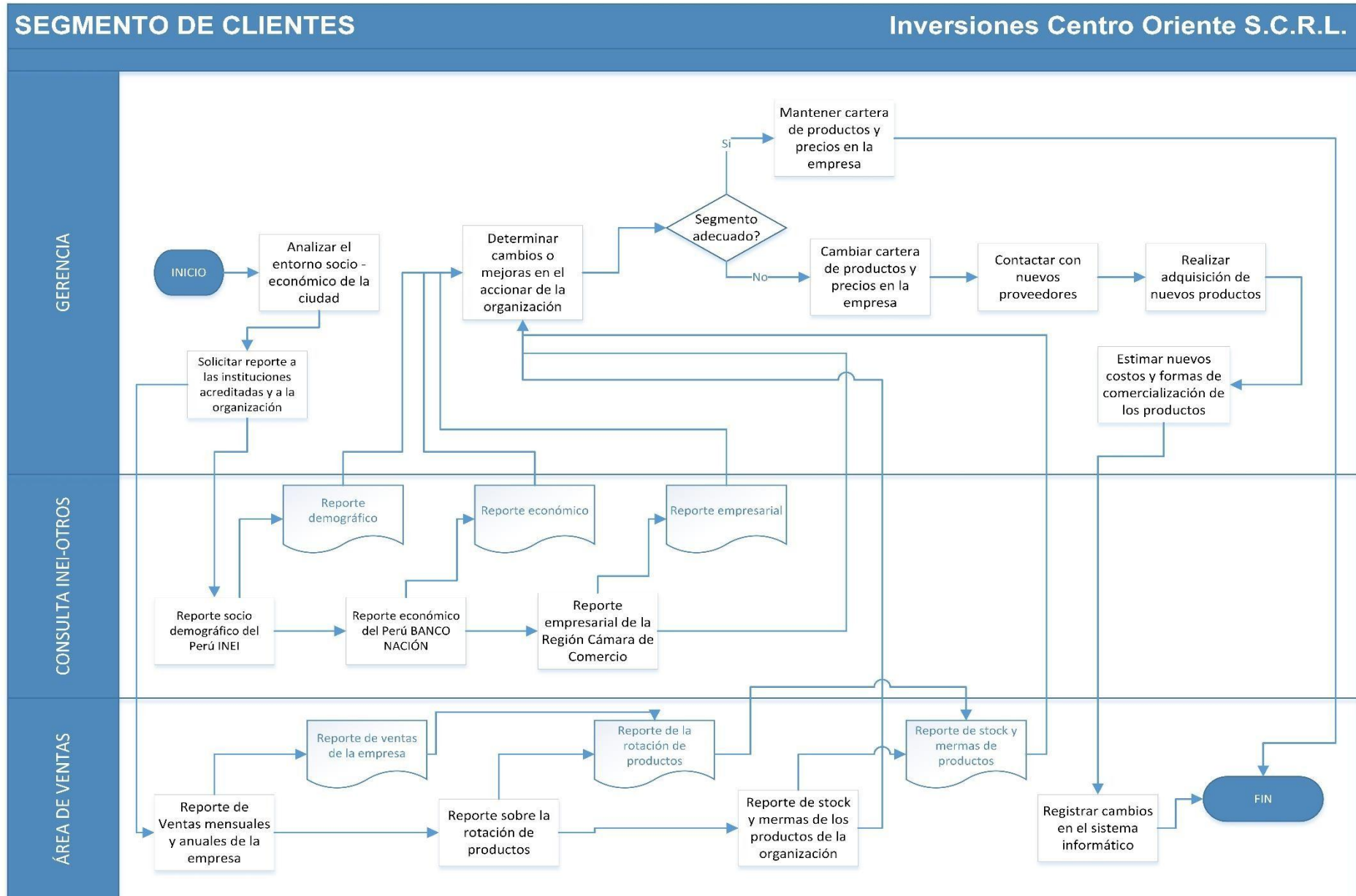
Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Esquema N° 04

Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

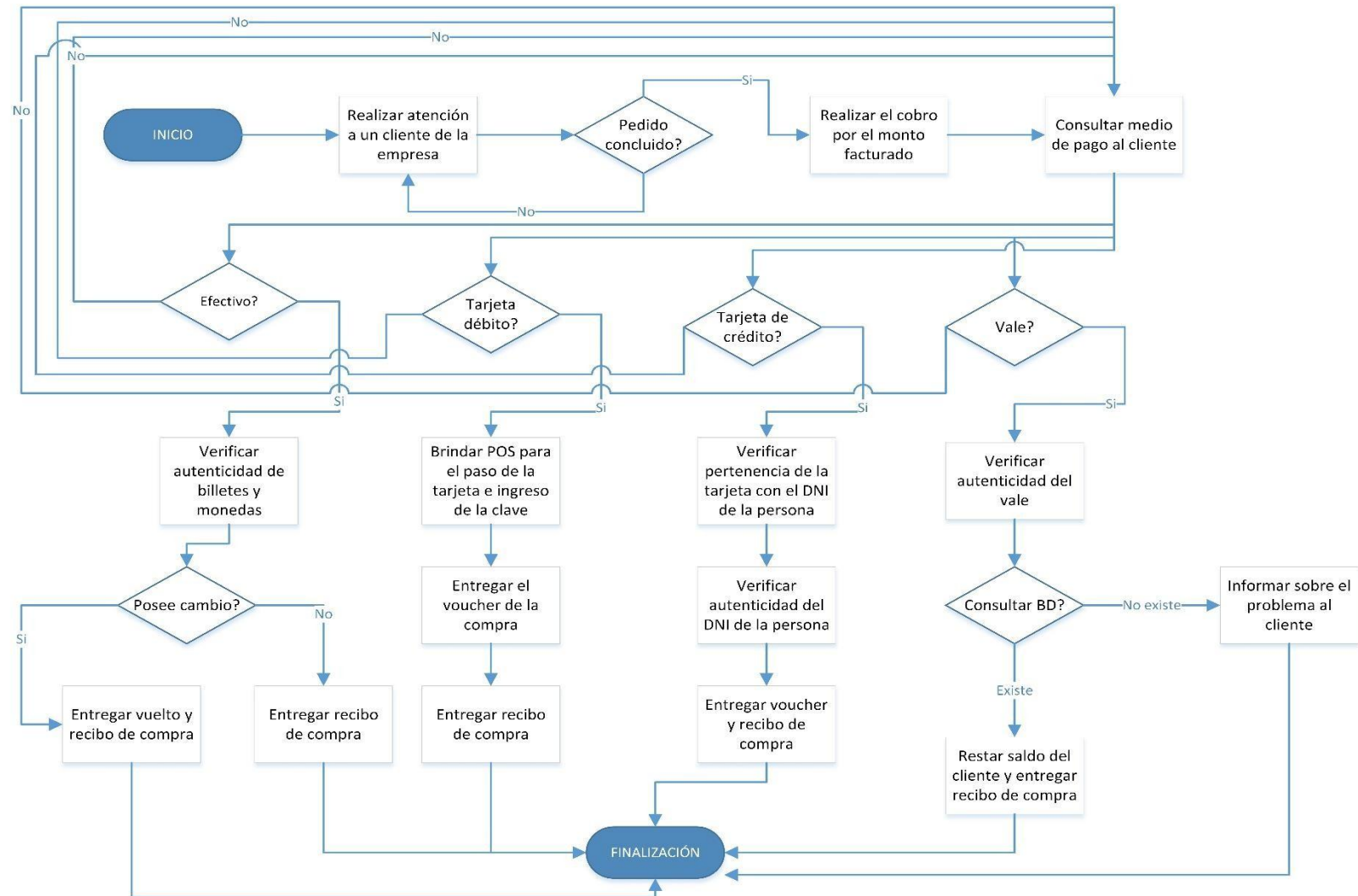
Esquema N° 05

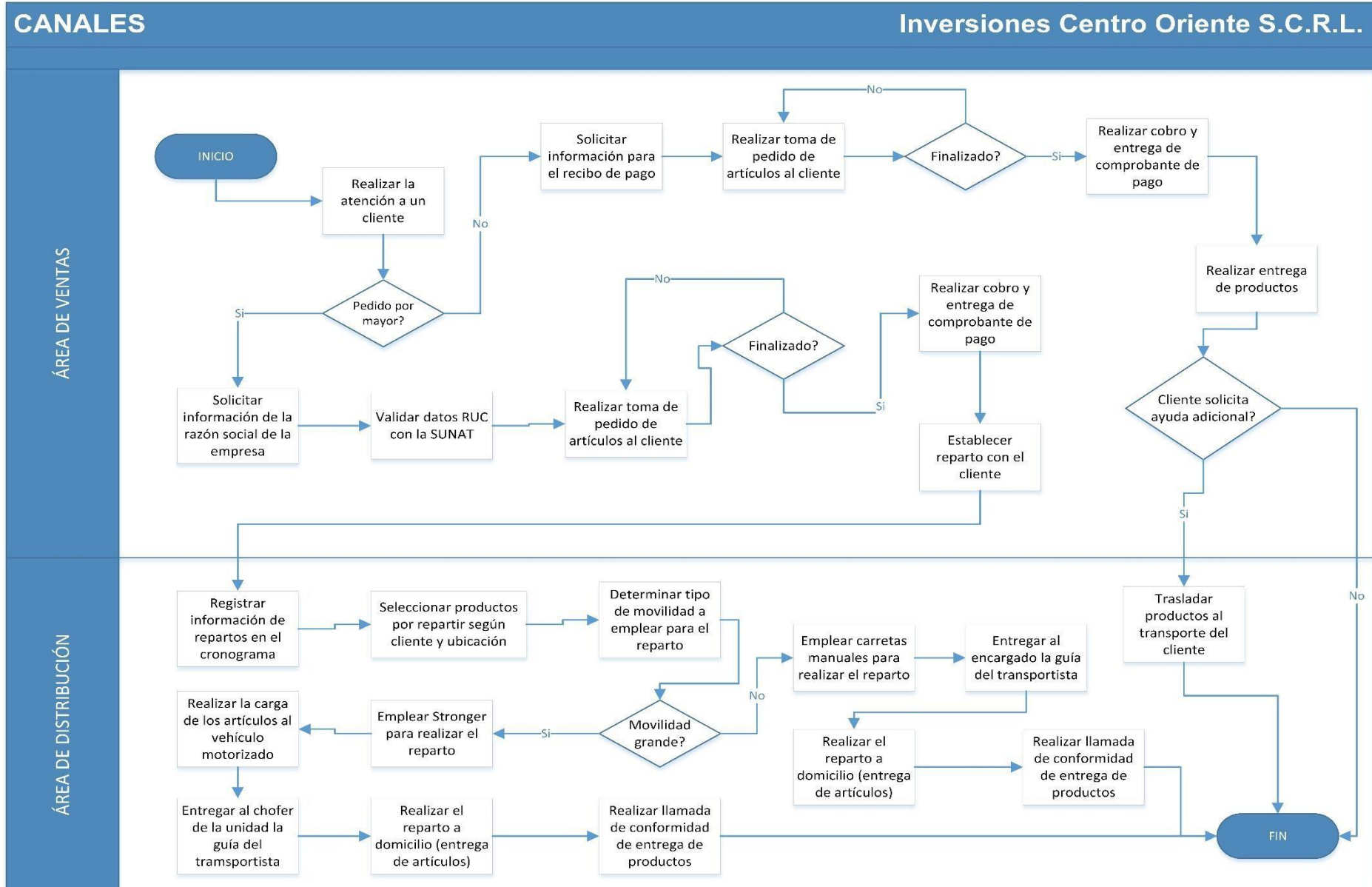
Cuadro de Procesos de la organización

FUENTE DE INGRESOS

Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

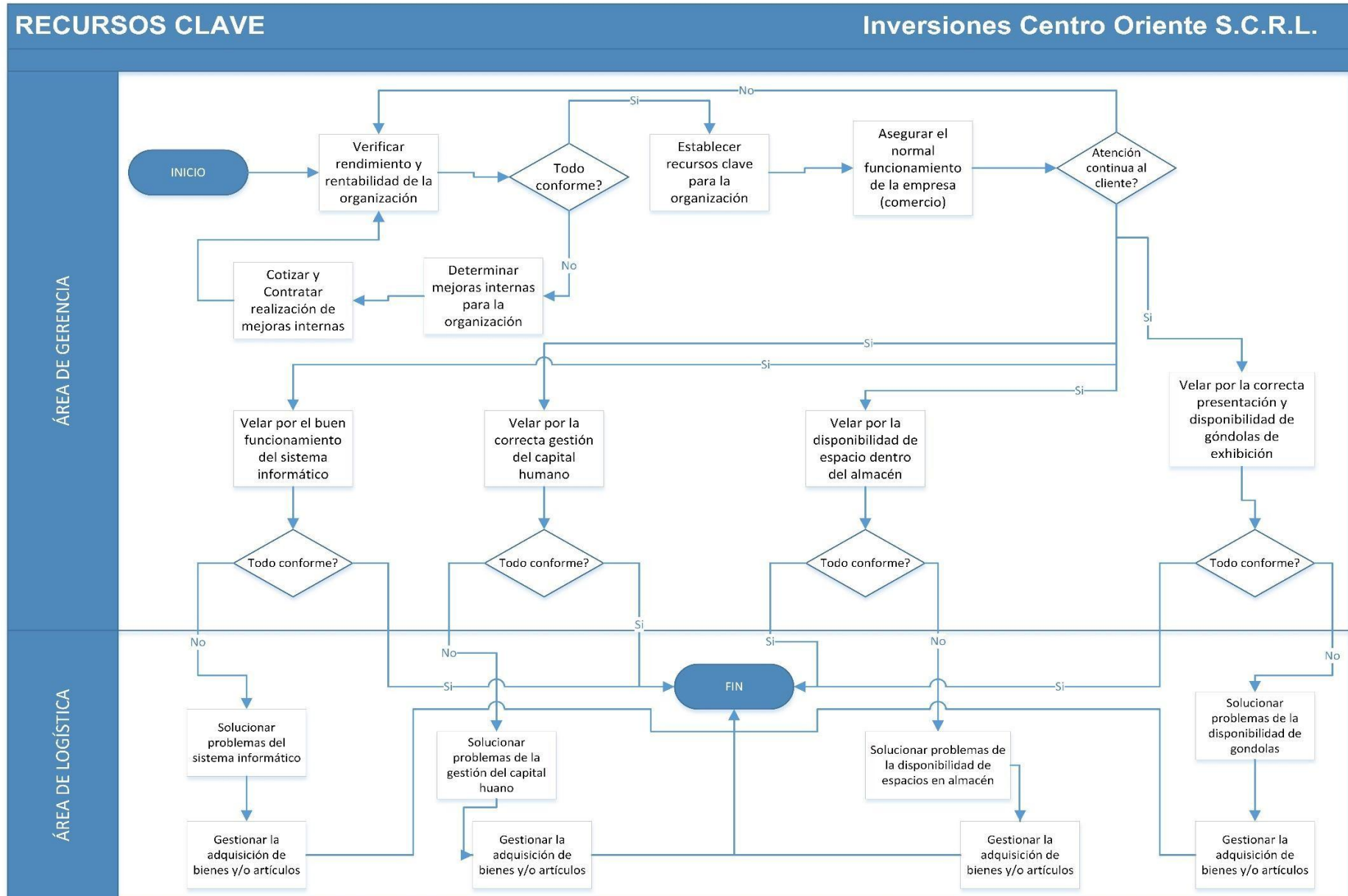
ÁREA DE VENTAS





Esquema N° 07

Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

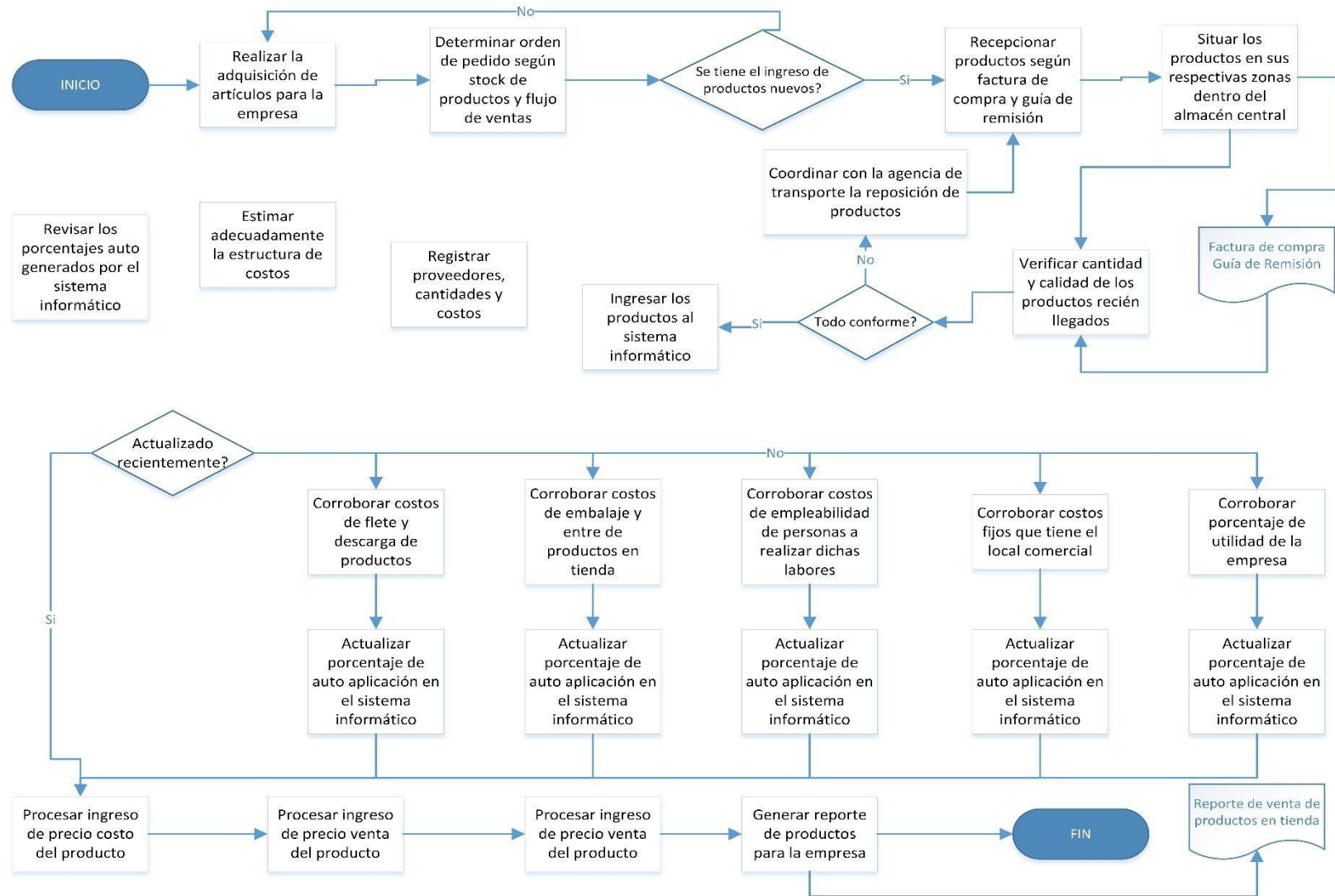
Esquema N° 08

Cuadro de Procesos de la organización

ESTRUCTURA DE COSTOS

Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.

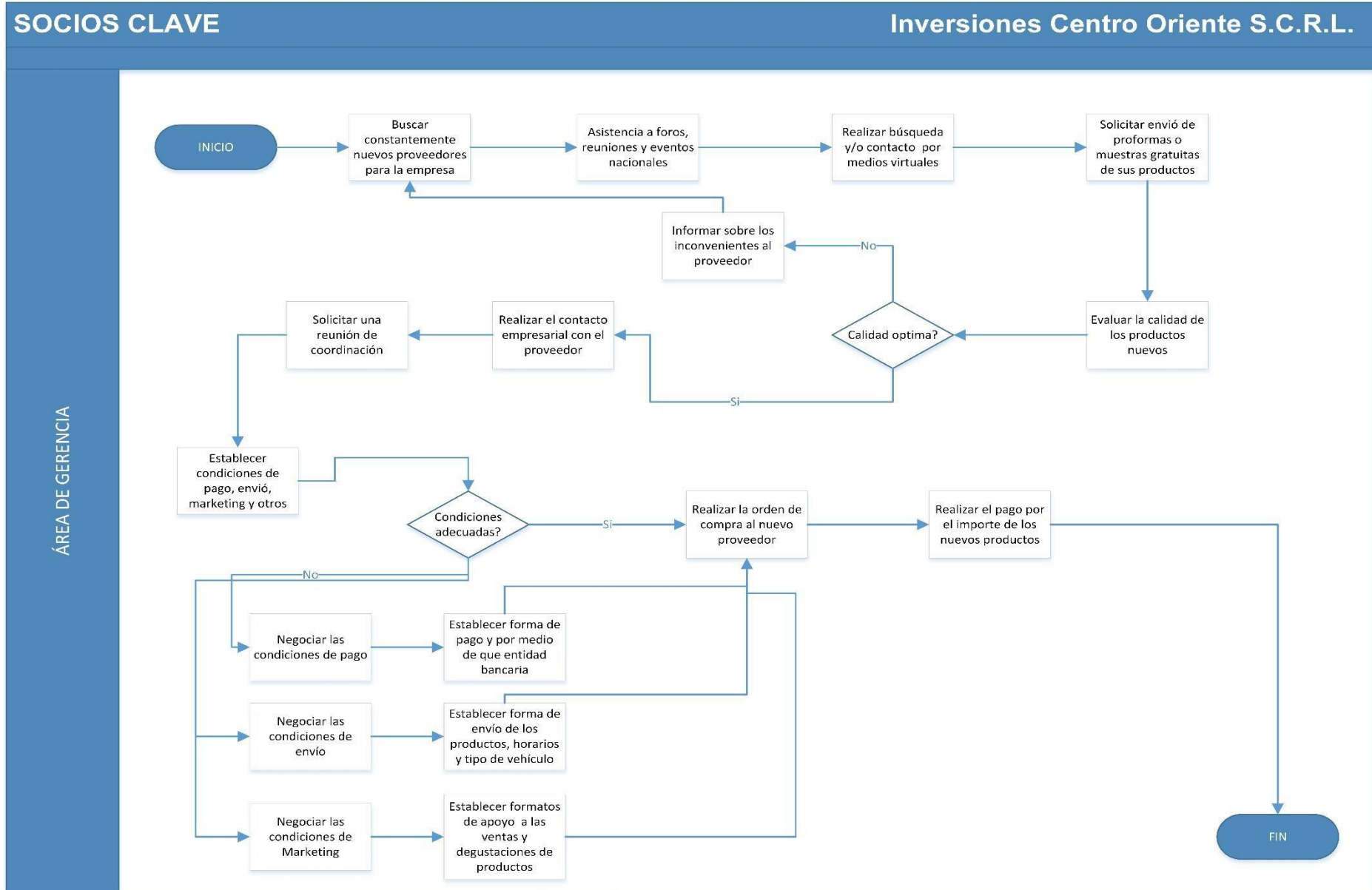
ÁREA DE COMPRAS



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Esquema N° 09

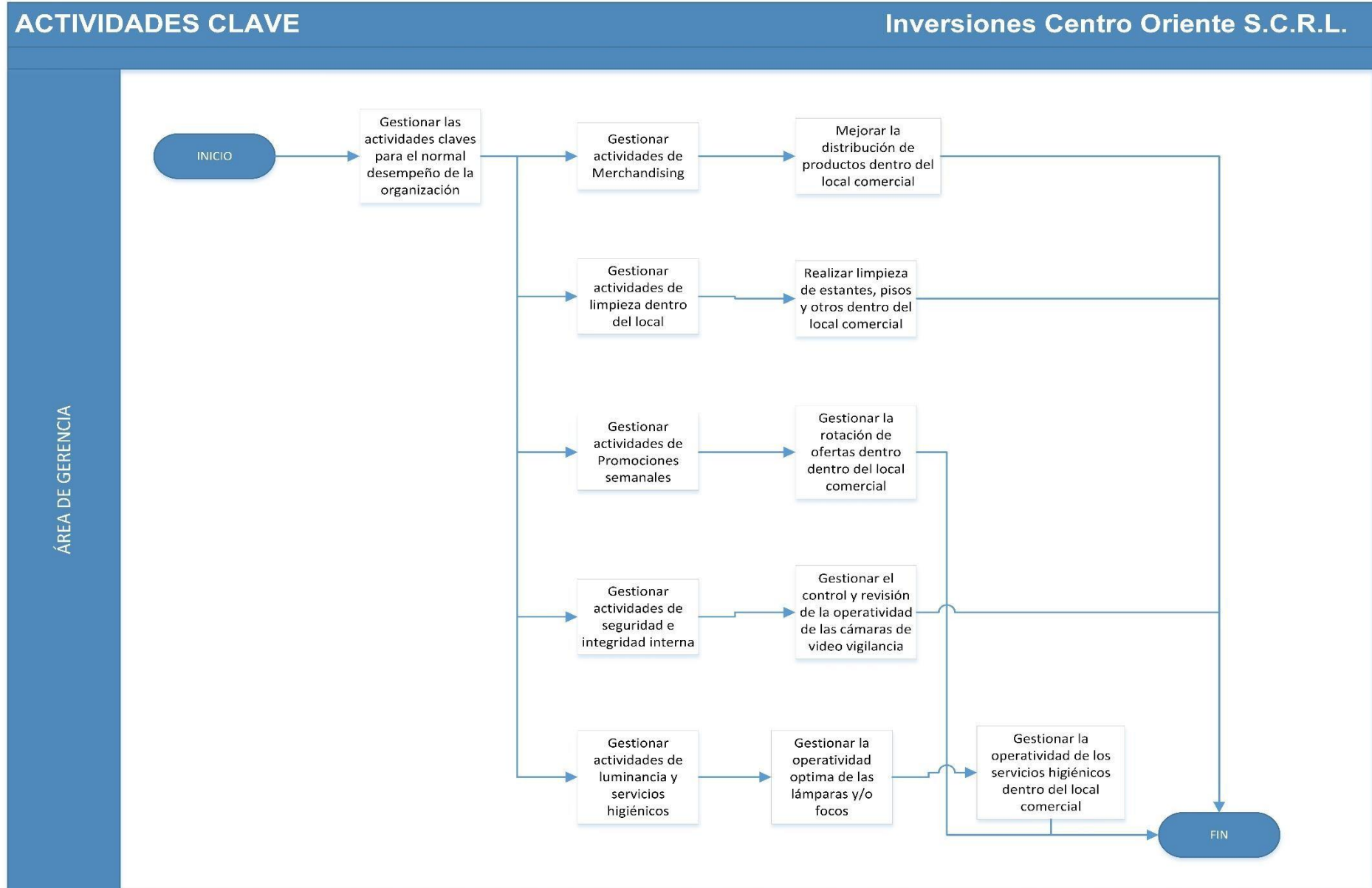
Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Esquema N° 10

Cuadro de Procesos de la organización



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

A continuación, se procede a presentar los resultados para la ficha de encuesta N°01 – Tema: Rediseño de Procesos.

El cuadro N°01 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°01, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 01

Distribución de frecuencias de la pregunta número uno.

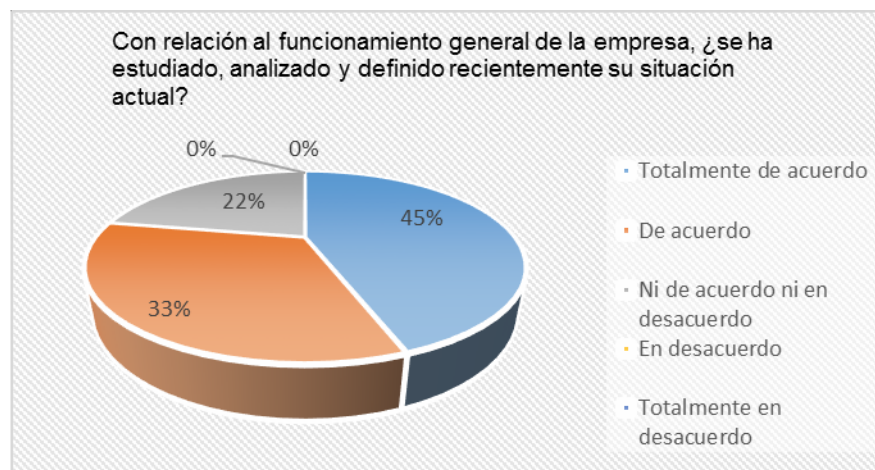
1. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha estudiado, analizado y definido recientemente su situación actual?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	44.4	1.7
<i>De acuerdo</i>	3	7	33.3	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100.0	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 01

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°02 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°02, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 02

Distribución de frecuencias de la pregunta número dos.

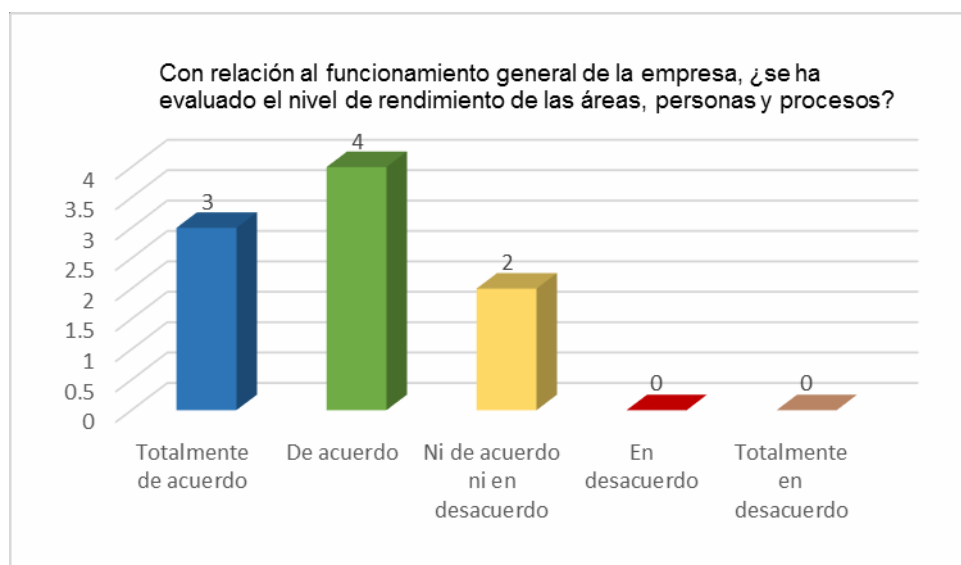
2. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha evaluado el nivel de rendimiento de las áreas, personas y procesos?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	4	7	44.4	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 02

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°03 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°03, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 03

Distribución de frecuencias de la pregunta número tres.

3. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado estratégicamente los datos provenientes de las entrevistas, encuestas y reuniones de trabajo con todo el capital humano de la empresa?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	2	2	22.2	0.9
<i>De acuerdo</i>	5	7	55.6	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 03

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°04 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°04, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 04

Distribución de frecuencias de la pregunta número cuatro.

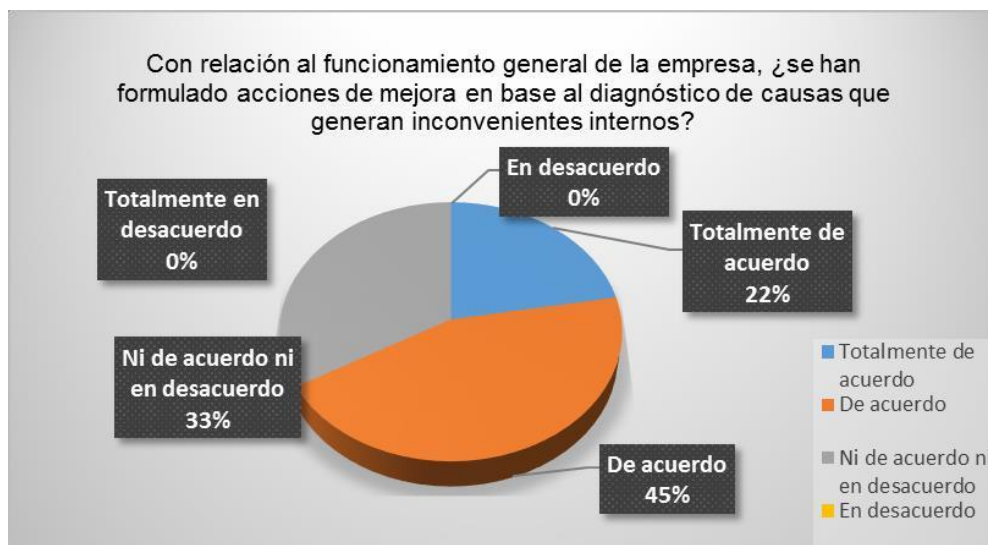
4. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han formulado acciones de mejora en base al diagnóstico de causas que generan inconvenientes internos?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	2	2	22.2	0.9
<i>De acuerdo</i>	4	6	44.4	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	3	9	33.3	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 04

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°05 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°05, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 05

Distribución de frecuencias de la pregunta número cinco.

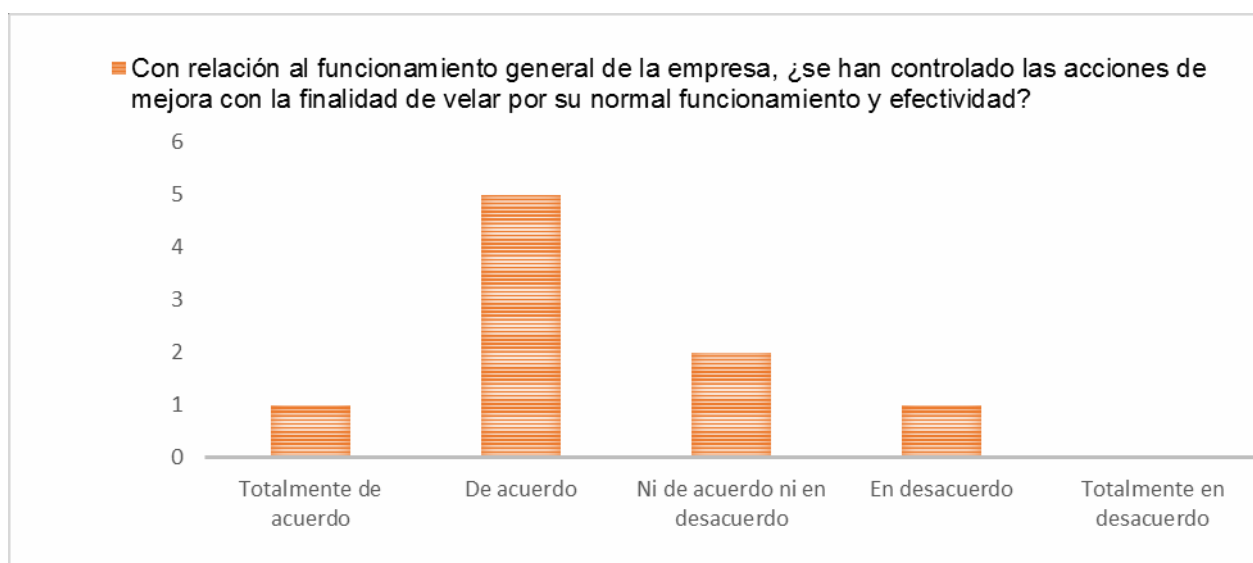
5. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han controlado las acciones de mejora con la finalidad de velar por su normal funcionamiento y efectividad?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	1	1	11.1	0.4
<i>De acuerdo</i>	5	6	55.6	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 05

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°06 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°06, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 06

Distribución de frecuencias de la pregunta número seis.

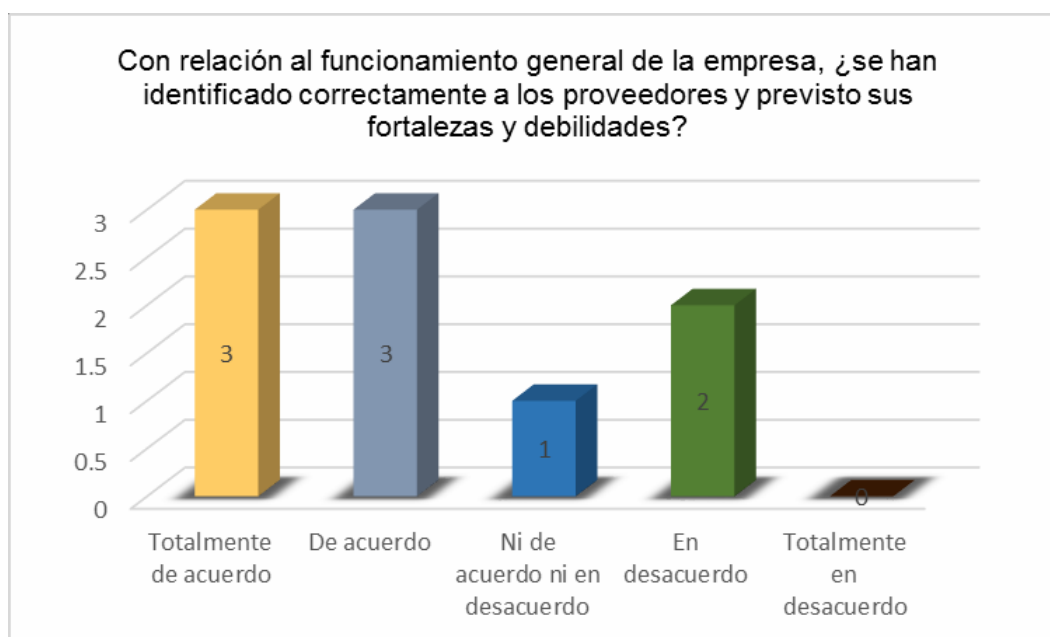
6. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado correctamente a los proveedores y previsto sus fortalezas y debilidades?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	3	6	33.3	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	1	7	11.1	3.1
<i>En desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 06

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°07 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°07, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 07

Distribución de frecuencias de la pregunta número siete.

7. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado todas las entradas necesarias que requieren los procesos internos de la empresa?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	6	66.7	2.6
<i>De acuerdo</i>	1	7	11.1	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	1	8	11.1	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 07

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°08 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°08, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 08

Distribución de frecuencias de la pregunta número ocho.

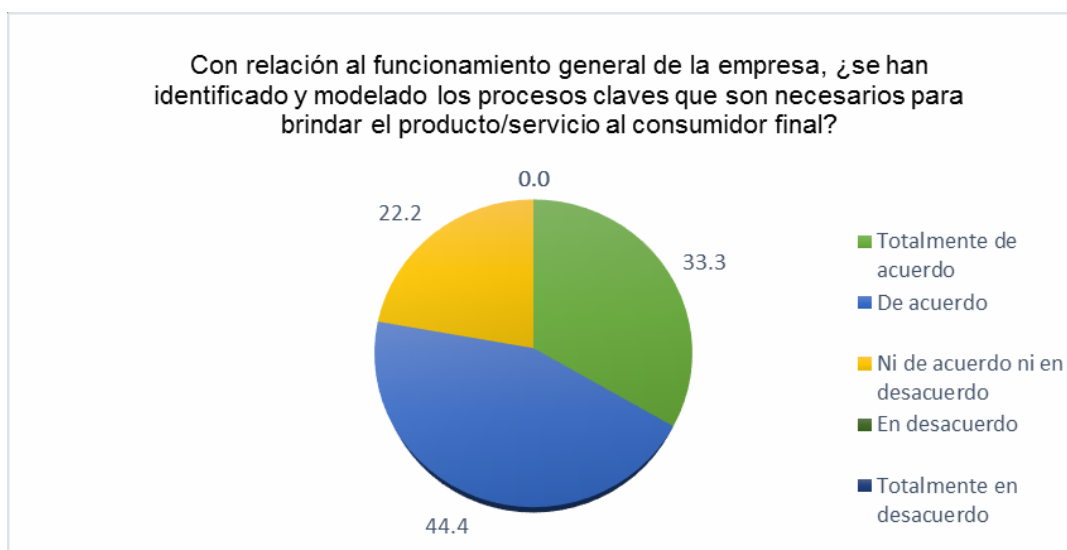
8. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado y modelado los procesos claves que son necesarios para brindar el producto/servicio al consumidor final?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	4	7	44.4	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 08

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°09 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°09, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 09

Distribución de frecuencias de la pregunta número nueve.

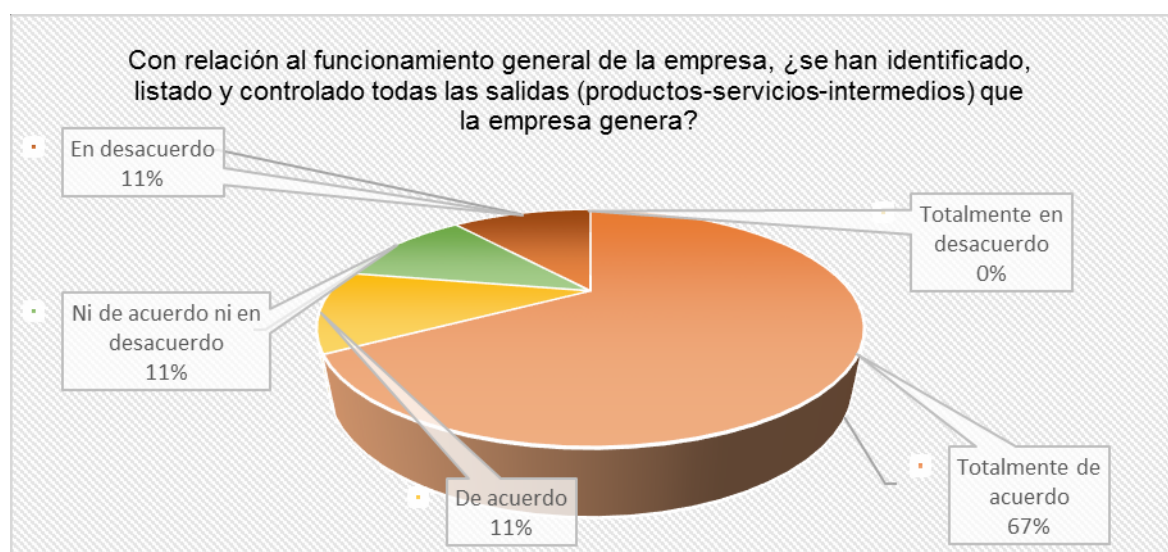
9. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado, listado y controlado todas las salidas (productos-servicios-intermedios) que la empresa genera?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	6	66.7	2.6
<i>De acuerdo</i>	1	7	11.1	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	1	8	11.1	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 09

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°10 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°10, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 10

Distribución de frecuencias de la pregunta número diez.

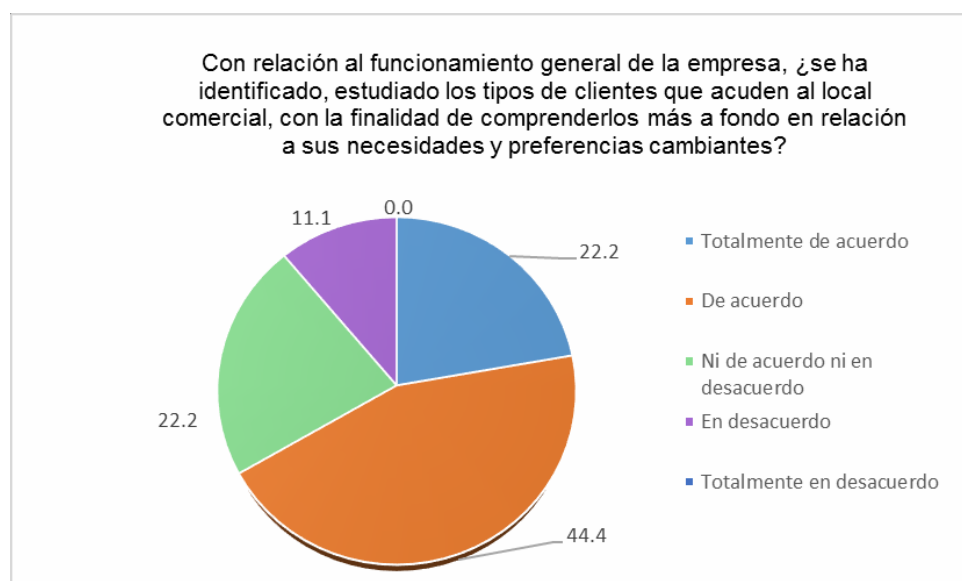
10. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, estudiado los tipos de clientes que acuden al local comercial, con la finalidad de comprenderlos más a fondo en relación a sus necesidades y preferencias cambiantes?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	2	2	22.2	0.9
<i>De acuerdo</i>	4	6	44.4	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 10

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°11 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°11, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 11

Distribución de frecuencias de la pregunta número once.

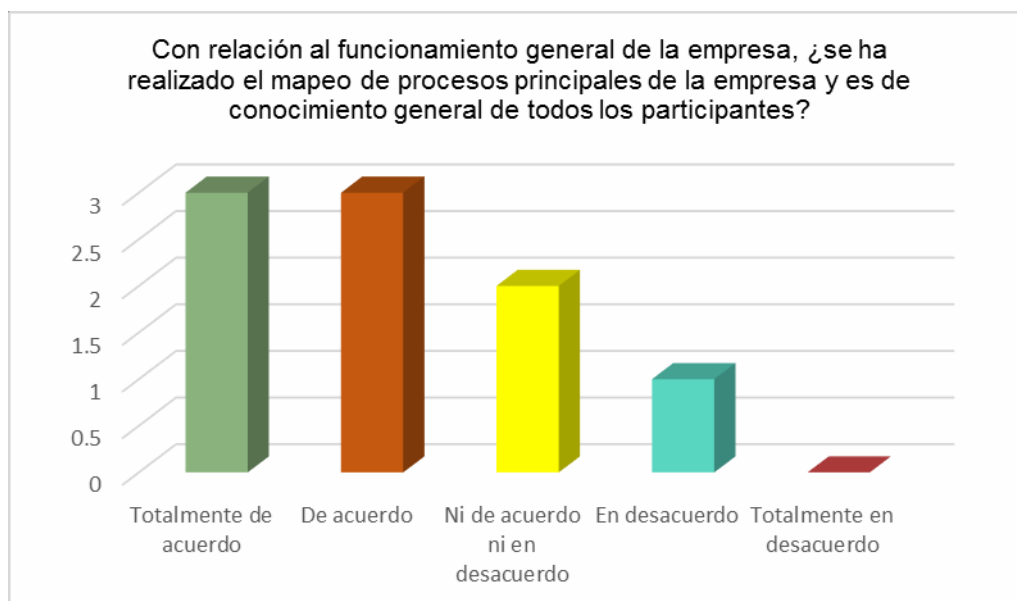
11. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha realizado el mapeo de procesos principales de la empresa y es de conocimiento general de todos los participantes?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	3	6	33.3	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 11

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°12 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°12, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 12

Distribución de frecuencias de la pregunta número doce.

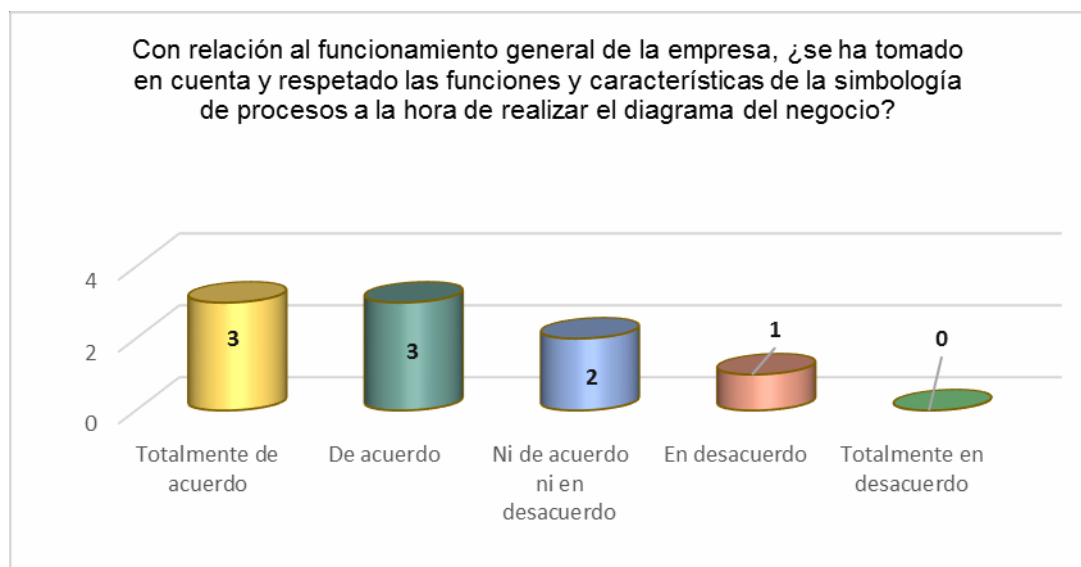
12. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha tomado en cuenta y respetado las funciones y características de la simbología de procesos a la hora de realizar el diagrama del negocio?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	3	6	33.3	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 12

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°13 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°13, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 13

Distribución de frecuencias de la pregunta número trece.

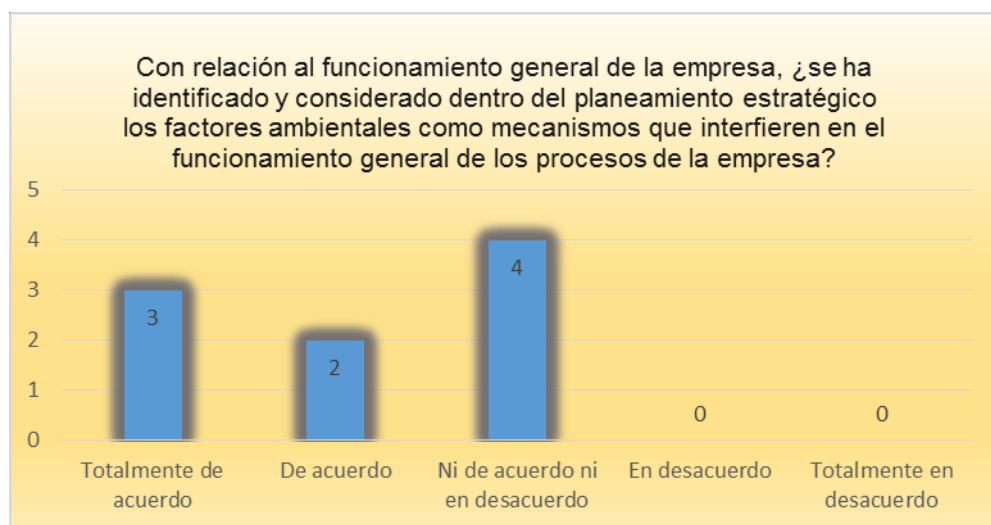
13. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado y considerado dentro del planeamiento estratégico los factores ambientales como mecanismos que interfieren en el funcionamiento general de los procesos de la empresa?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	3	3	33.3	1.3
<i>De acuerdo</i>	2	5	22.2	2.2
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	4	9	44.4	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 13

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°14 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°14, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 14

Distribución de frecuencias de la pregunta número catorce.

14. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha seguido todos los pasos de mejora o cambio, de manera ordenada en función al sistema de gestión establecido en la organización, que es de libre conocimiento de la alta dirección y de los colaboradores de la empresa?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	44.4	1.7
<i>De acuerdo</i>	2	6	22.2	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	1	7	11.1	3.1
<i>En desacuerdo</i>	1	8	11.1	3.5
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 14

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°15 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°15, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 15

Distribución de frecuencias de la pregunta número quince.

15. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, diseñado y plasmado adecuadamente la estructura organizacional de la empresa en función a las decisiones, cadena de mando y flujo de recursos o información?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	44.4	1.7
<i>De acuerdo</i>	2	6	22.2	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 15

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°16 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°16, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 16

Distribución de frecuencias de la pregunta número dieciséis.

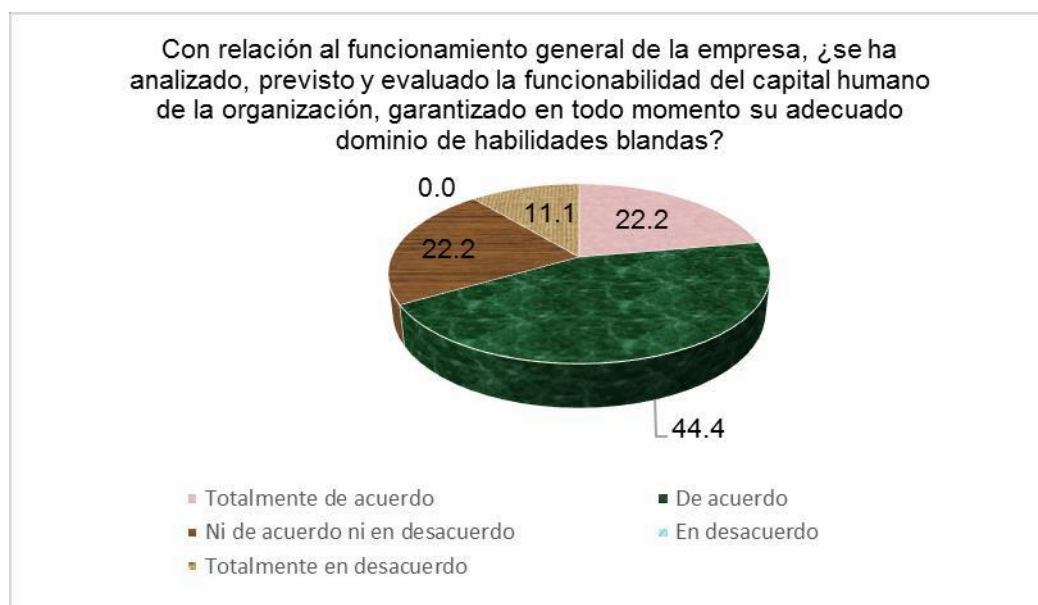
16. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado, previsto y evaluado la funcionabilidad del capital humano de la organización, garantizado en todo momento su adecuado dominio de habilidades blandas?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	2	2	22.2	0.9
<i>De acuerdo</i>	4	6	44.4	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	8	22.2	3.5
<i>En desacuerdo</i>	0	8	0.0	3.5
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 16

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°17 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°17, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 17

Distribución de frecuencias de la pregunta número diecisiete.

17. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cuál es el valor agregado que posee la organización en función al modelo CANVAS?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	44.4	1.7
<i>De acuerdo</i>	1	5	11.1	2.2
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	7	22.2	3.1
<i>En desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 17

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°18 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°18, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 18

Distribución de frecuencias de la pregunta número dieciocho.

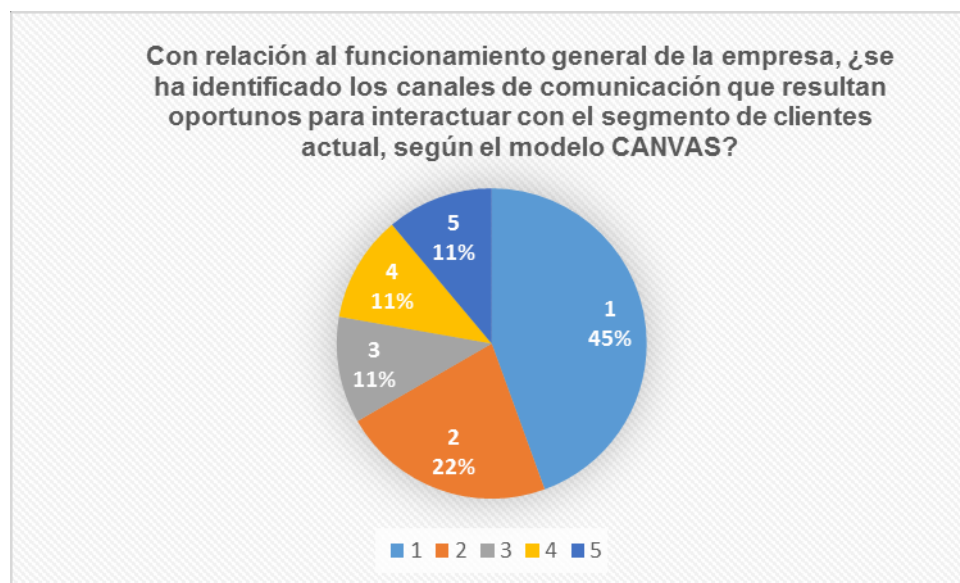
18. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado los canales de comunicación que resultan oportunos para interactuar con el segmento de clientes actual, según el modelo CANVAS?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	44.4	1.7
<i>De acuerdo</i>	2	6	22.2	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	1	7	11.1	3.1
<i>En desacuerdo</i>	1	8	11.1	3.5
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	9	11.1	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 18

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°19 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°19, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 19

Distribución de frecuencias de la pregunta número diecinueve.

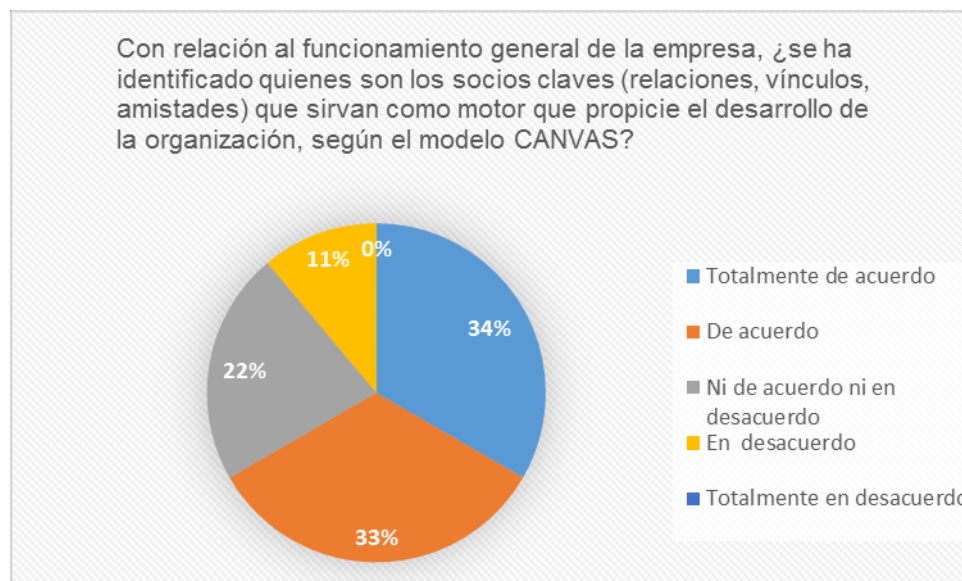
19. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado quienes son los socios claves (relaciones, vínculos, amistades) que sirvan como motor que propicie el desarrollo de la organización, según el modelo CANVAS?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
Totalmente de acuerdo	3	3	33.3	1.3
De acuerdo	3	6	33.3	2.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	8	22.2	3.5
En desacuerdo	1	9	11.1	3.9
Totalmente en desacuerdo	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 19

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°20 presenta los resultados del cuestionario aplicado a todos los trabajadores de la organización, para la pregunta en mención, en esta, se denota las 5 alternativas (según la escala de Likert), en su mayoría, la tendencia de respuesta de los trabajadores de las diversas áreas de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, se inclina a una aceptación de la interrogante, acorde a las actividades realizadas. En el gráfico N°20, se muestran los mismos datos, pero de una manera visual, gracias al esquema, en el cual se denotan los porcentajes que facilitan su análisis y comparación. En la parte superior se tiene la pregunta, en la parte derecha la leyenda (valor de las alternativas) y el gráfico.

Cuadro N° 20

Distribución de frecuencias de la pregunta número veinte.

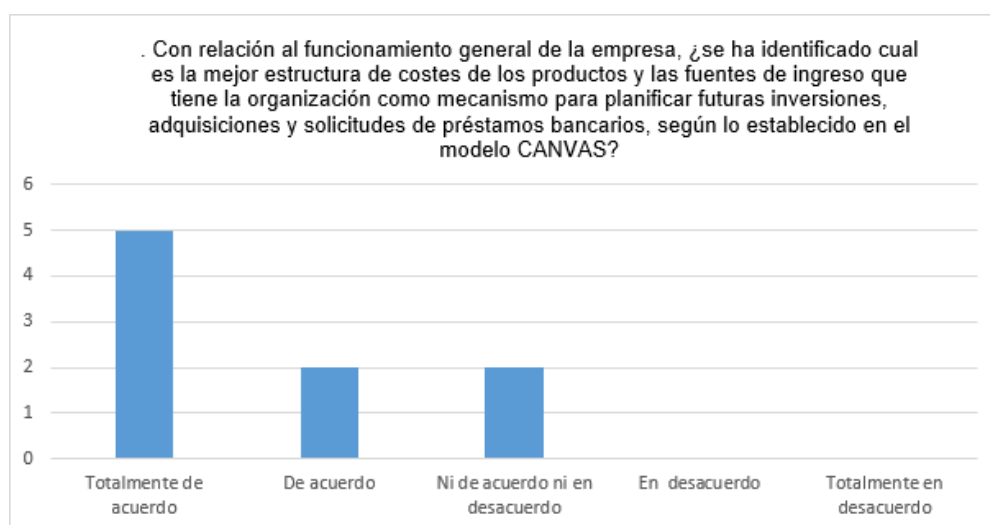
20. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cual es la mejor estructura de costes de los productos y las fuentes de ingreso que tiene la organización como mecanismo para planificar futuras inversiones, adquisiciones y solicitudes de préstamos bancarios, según lo establecido en el modelo CANVAS?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	5	5	55.6	2.2
<i>De acuerdo</i>	2	7	22.2	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	2	9	22.2	3.9
<i>En desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	9	0.0	3.9
Total:	9		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 20

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

La calidad de servicio está determinada por el nivel de satisfacción o aprobación que tiene un usuario que adquiere o consume algún producto/servicio durante un tiempo específico. La calidad de servicio va diferir en relación al tipo de empresa o rubro en el cual se localice el negocio.

A continuación, se presentan los resultados del PRE TEST del cuestionario N°02 que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, para lo cual se consultó a una muestra compuesta de clientes que acudieron a la organización:

El cuadro N°21 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°21, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 21

Distribución de frecuencias de la pregunta número uno.

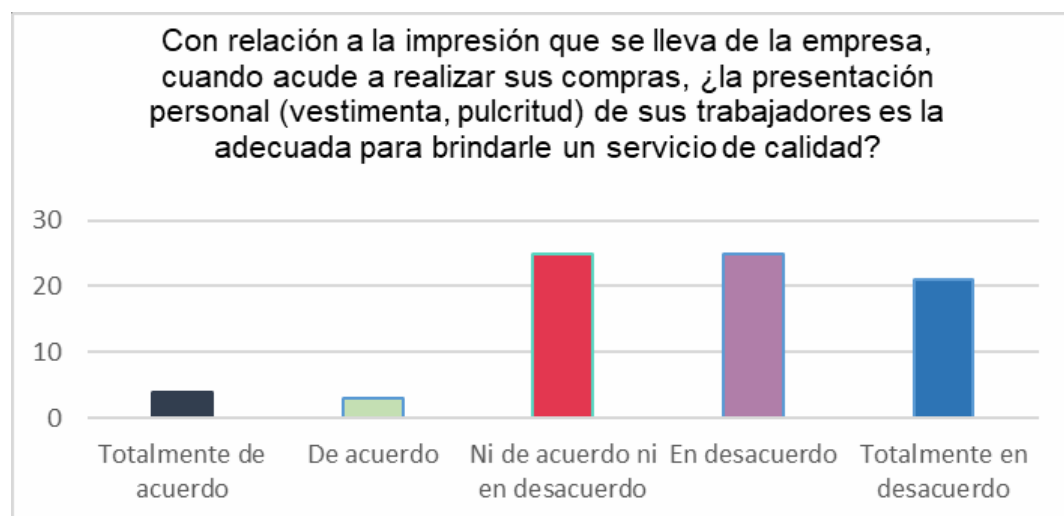
1. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la presentación personal (vestimenta, pulcritud) de sus trabajadores es la adecuada para brindarle un servicio de calidad?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	5.1	1.7
<i>De acuerdo</i>	3	7	3.8	3.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	25	32	32.1	14.0
<i>En desacuerdo</i>	25	57	32.1	24.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	21	78	26.9	34.1
Total:	78		100.0	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 21

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°22 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°22, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 22

Distribución de frecuencias de la pregunta número dos

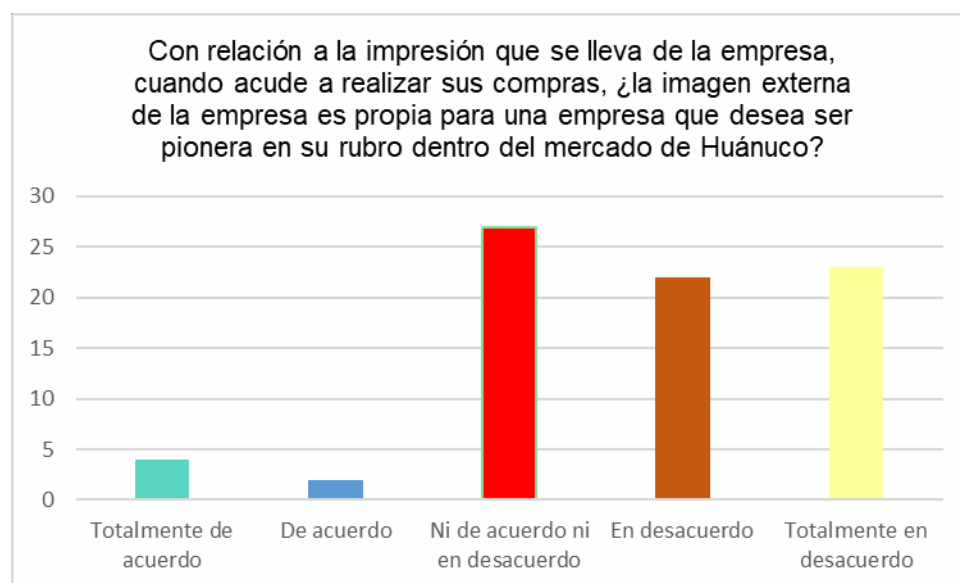
2. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la imagen externa de la empresa es propia para una empresa que desea ser pionera en su rubro dentro del mercado de Huánuco?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	5.1	1.7
<i>De acuerdo</i>	2	6	2.6	2.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	27	33	34.6	14.4
<i>En desacuerdo</i>	22	55	28.2	24.0
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	23	78	29.5	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 22

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°23 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°23, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 23

Distribución de frecuencias de la pregunta número tres.

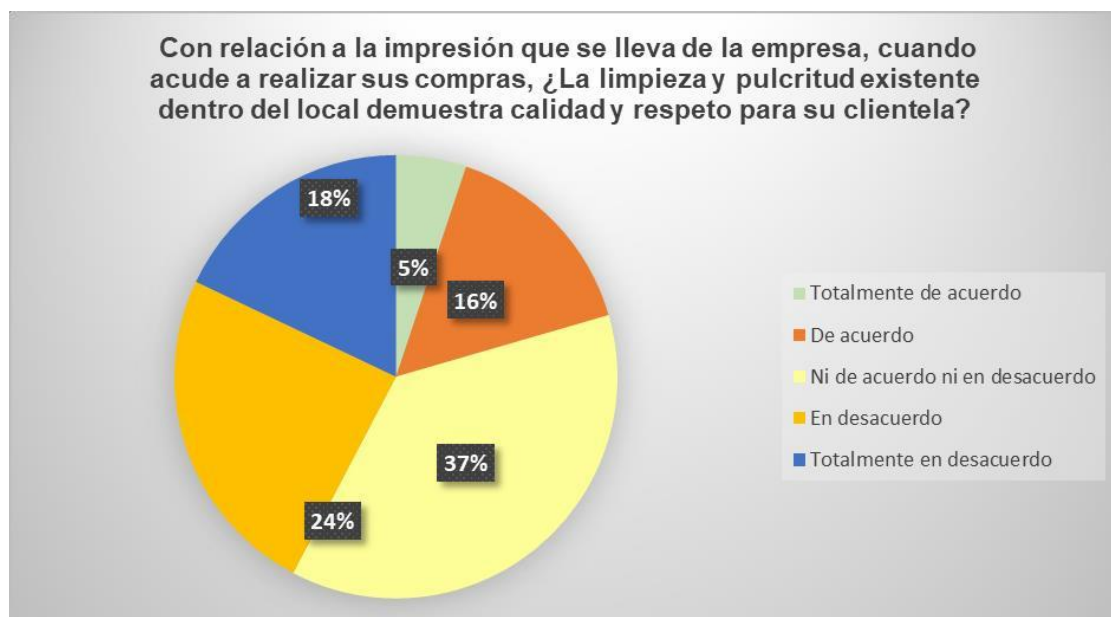
3. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La limpieza y pulcritud existente dentro del local demuestra calidad y respeto para su clientela?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	4	4	5.1	1.7
<i>De acuerdo</i>	12	16	15.4	7.0
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	29	45	37.2	19.7
<i>En desacuerdo</i>	19	64	24.4	27.9
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	14	78	17.9	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 23

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°24 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°24, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 24

Distribución de frecuencias de la pregunta número cuatro.

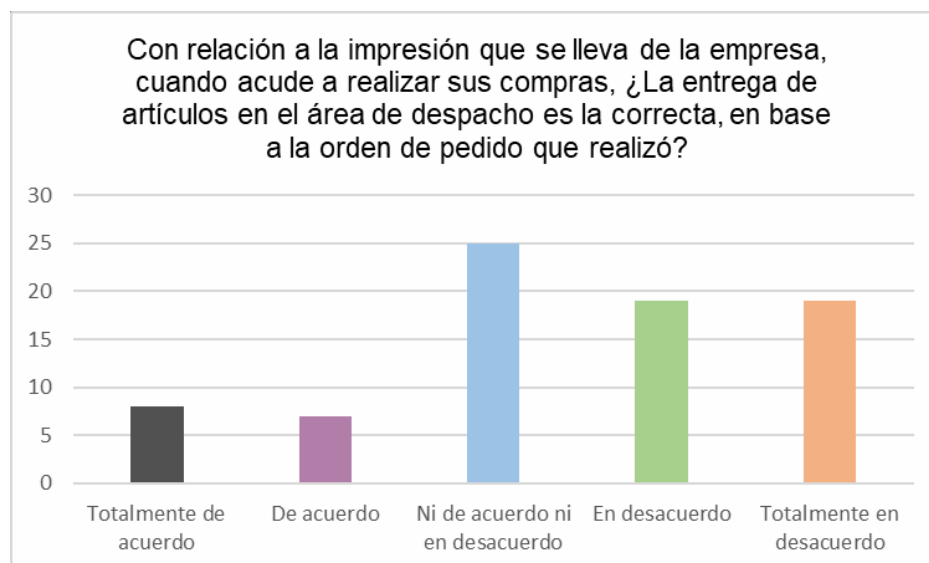
4. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho es la correcta, en base a la orden de pedido que realizó?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	8	8	10.3	3.5
<i>De acuerdo</i>	7	15	9.0	6.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	25	40	32.1	17.5
<i>En desacuerdo</i>	19	59	24.4	25.8
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	19	78	24.4	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 24

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°25 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°25, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 25

Distribución de frecuencias de la pregunta número cinco.

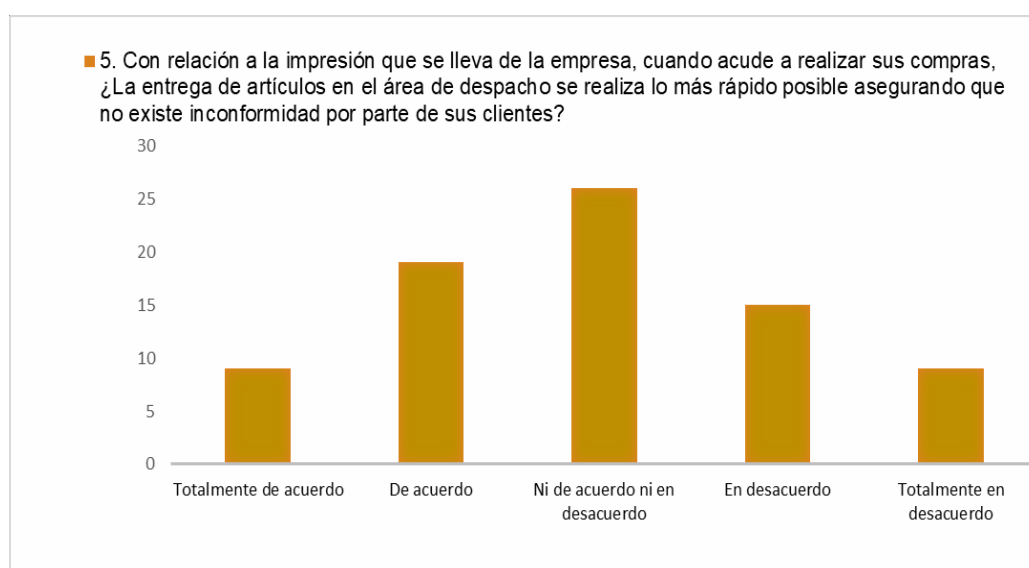
5. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho se realiza lo más rápido posible asegurando que no existe inconformidad por parte de sus clientes?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	9	11.5	3.9
<i>De acuerdo</i>	19	28	24.4	12.2
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	26	54	33.3	23.6
<i>En desacuerdo</i>	15	69	19.2	30.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	78	11.5	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 25

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°26 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°26, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 26

Distribución de frecuencias de la pregunta número seis.

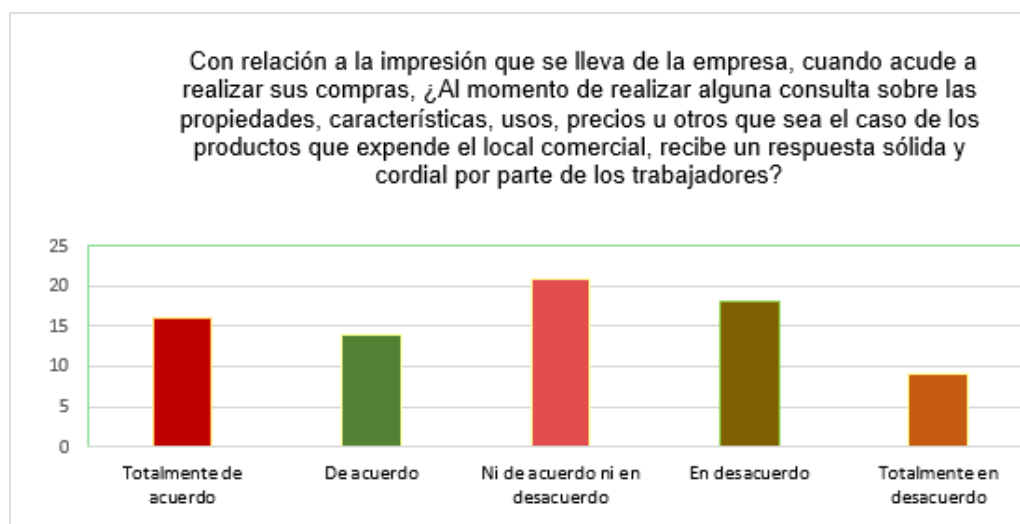
6. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿Al momento de realizar alguna consulta sobre las propiedades, características, usos, precios u otros que sea el caso de los productos que expende el local comercial, recibe un respuesta sólida y cordial por parte de los trabajadores?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
Totalmente de acuerdo	16	16	20.5	7.0
De acuerdo	14	30	17.9	13.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	51	26.9	22.3
En desacuerdo	18	69	23.1	30.1
Totalmente en desacuerdo	9	78	11.5	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 26

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°27 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°27, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 27

Distribución de frecuencias de la pregunta número siete.

7. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa ofrece garantía a su clientela, por ser esta una organización afianzada en el ámbito local (confiable)?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	10	12.8	4.4
<i>De acuerdo</i>	12	22	15.4	9.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	26	48	33.3	21.0
<i>En desacuerdo</i>	17	65	21.8	28.4
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	13	78	16.7	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 27

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°28 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°28, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 28

Distribución de frecuencias de la pregunta número ocho.

8. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa es creíble cuando anuncia alguna promoción, oferta o noticia en relación a sus productos y/o servicios a raíz de su larga trayectoria que tiene en el mercado local?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	6	7.7	2.6
<i>De acuerdo</i>	10	16	12.8	7.0
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	19	35	24.4	15.3
<i>En desacuerdo</i>	24	59	30.8	25.8
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	19	78	24.4	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 28

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°29 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°29, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 29

Distribución de frecuencias de la pregunta número nueve.

9. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de comunicación que tiene la empresa para con sus clientes es la adecuada ya que emplea diversos medios para realizar consultas, comunicados o recibir algún reclamo respectivo por parte de su clientela, como por ejemplo las redes sociales, whatsapp, número telefónico y correo electrónico?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
Totalmente de acuerdo	7	7	9.0	3.1
De acuerdo	11	18	14.1	7.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	41	29.5	17.9
En desacuerdo	21	62	26.9	27.1
Totalmente en desacuerdo	16	78	20.5	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 29

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°30 presenta los resultados del cuestionario PRE TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos de primera necesidad. Así mismo, en el gráfico N°30, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 30

Distribución de frecuencias de la pregunta número diez

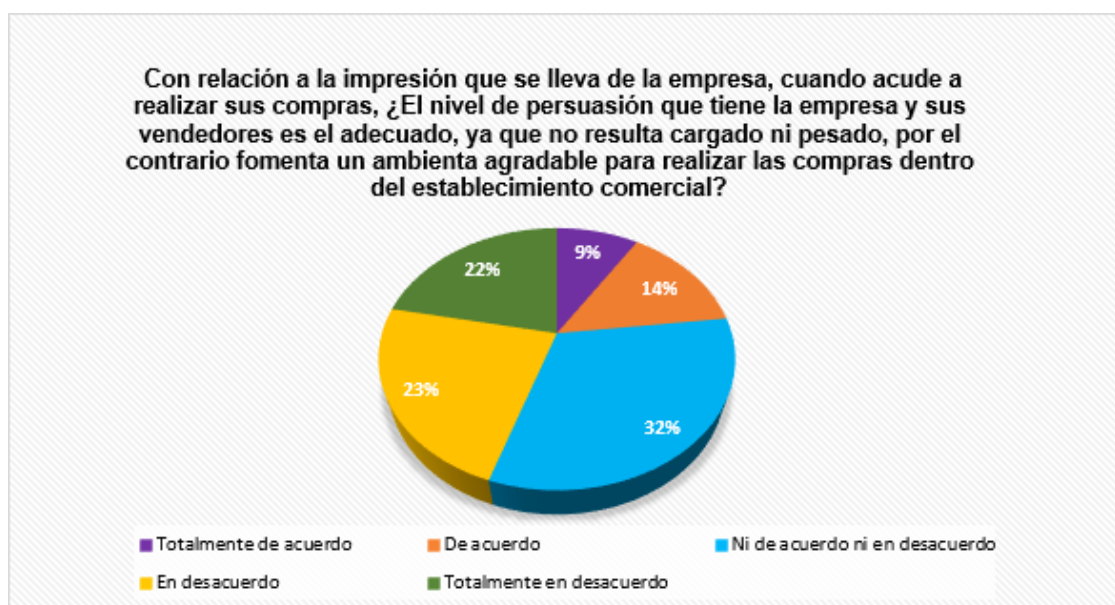
10. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de persuasión que tiene la empresa y sus vendedores es el adecuado, ya que no resulta cargado ni pesado, por el contrario, fomenta un ambiente agradable para realizar las compras dentro del establecimiento comercial?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
Totalmente de acuerdo	7	7	9.0	3.1
De acuerdo	11	18	14.1	7.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	43	32.1	18.8
En desacuerdo	18	61	23.1	26.6
Totalmente en desacuerdo	17	78	21.8	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 30

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Tal como se apreció en los cuadros anteriores, antes de la aplicación de la investigación, la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL tenía ciertas limitantes, puntualmente se puede citar lo siguiente: la vestimenta de los trabajadores era la inadecuada, puesto que no mostraba respeto para con la empresa y sus clientes. La imagen externa que proyectaba la organización, no se alineaba con la política interna de la organización a raíz de algunas deficiencias en la fachada y letreros, en las últimas semanas, se percibe gigantografías con publicidad de productos en oferta y el letrero de la empresa se encuentra funcionando (prendido) desde las 6pm hasta las 8pm de lunes a sábado. En relación a la limpieza y pulcritud del establecimiento comercial, se ha mejorado el horario de limpieza, situándolo todos los días, a primeras horas, con ello, los clientes tienen una mejor impresión con relación a las condiciones sanitarias de la empresa. Todo esto, sitúa a la empresa como responsable y confiable para la familia, la credibilidad se incrementa.

La consulta de productos es ahora más persuasiva y dedicada, ya que el modo de atención de la empresa hacia sus clientes es directo, es decir el cliente tiene que acudir a la empresa para realizar la orden de sus productos a un personal que esta presto y atento a tomar su orden por medio del sistema informático de venta, en muchas ocasiones, el cliente tiene dudas a la hora de decidirse por llevar entre un producto u otro, por lo tanto, el personal de venta, tiene que ofrecer sugerencias, tips y recomendaciones según la razón de compra del cliente, será muy distinto que la persona quiera comprar algo para su hijo (bebe de pocos meses de edad) que algo que busca para su negocio (producto más económico). Por ello resulta necesario: facilidad de palabra, dominio del uso y características de los productos que la empresa comercializa. Para ello, cada vez que un producto nuevo llega a la organización, los colaboradores tienen que investigar sobre el mismo.

Hoy en día, la organización posee una cuenta de Facebook y se realiza comunicación con los clientes por medio de WhatsApp, cosas que hace solo unos meses era totalmente desconocido para la organización. A continuación, se procede a mostrar los resultados del cuestionario calidad de servicio encuestado luego de la aplicación de la variable independiente dentro de la organización, es decir la evaluación POST TEST:

El cuadro N°31 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°31, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 31

Distribución de frecuencias de la pregunta número 1

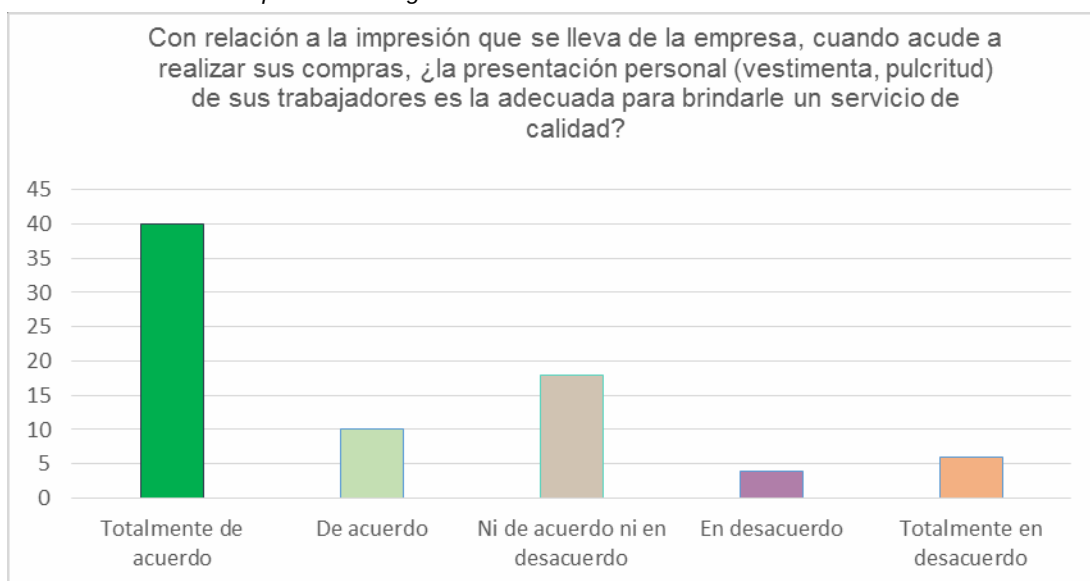
1. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la presentación personal (vestimenta, pulcritud) de sus trabajadores es la adecuada para brindarle un servicio de calidad?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	40	40	51.3	17.5
<i>De acuerdo</i>	10	50	12.8	21.8
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	18	68	23.1	29.7
<i>En desacuerdo</i>	4	72	5.1	31.4
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	6	78	7.7	34.1
Total:	78		100.0	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 31

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°32 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°32, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 32

Distribución de frecuencias de la pregunta número 2

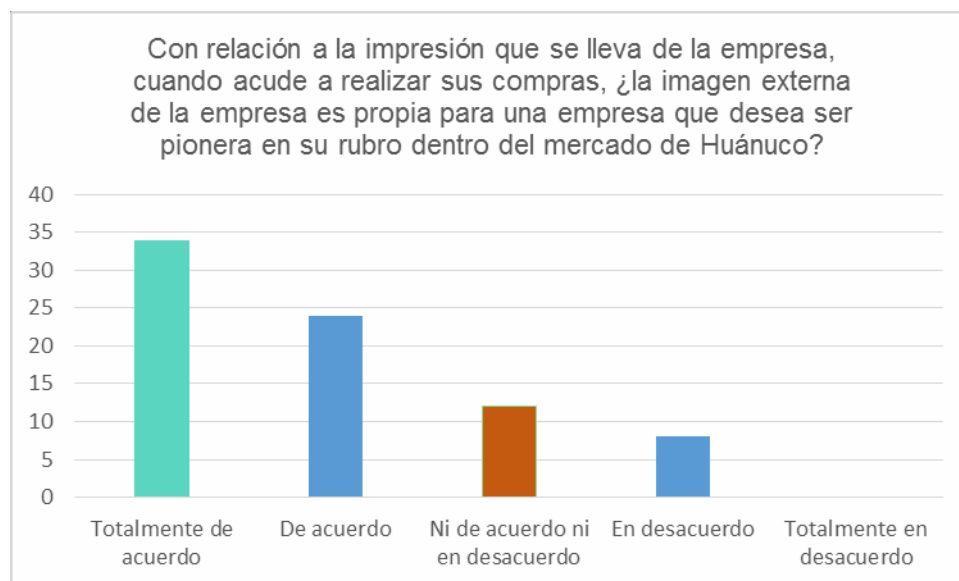
2. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la imagen externa de la empresa es propia para una empresa que desea ser pionera en su rubro dentro del mercado de Huánuco?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	34	34	43.6	14.8
<i>De acuerdo</i>	24	58	30.8	25.3
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	12	70	15.4	30.6
<i>En desacuerdo</i>	8	78	10.3	34.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 32

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°33 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°33, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 33

Distribución de frecuencias de la pregunta número 3

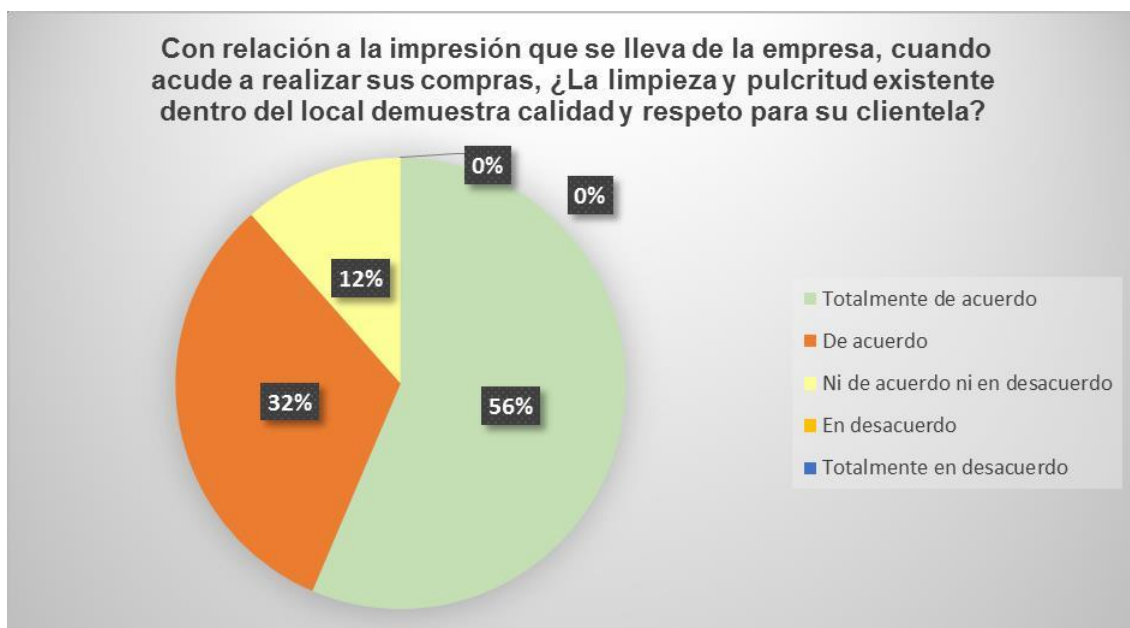
3. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La limpieza y pulcritud existente dentro del local demuestra calidad y respeto para su clientela?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	44	44	56.4	19.2
<i>De acuerdo</i>	25	69	32.1	30.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	9	78	11.5	34.1
<i>En desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 33

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°34 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°34, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 34

Distribución de frecuencias de la pregunta número 4

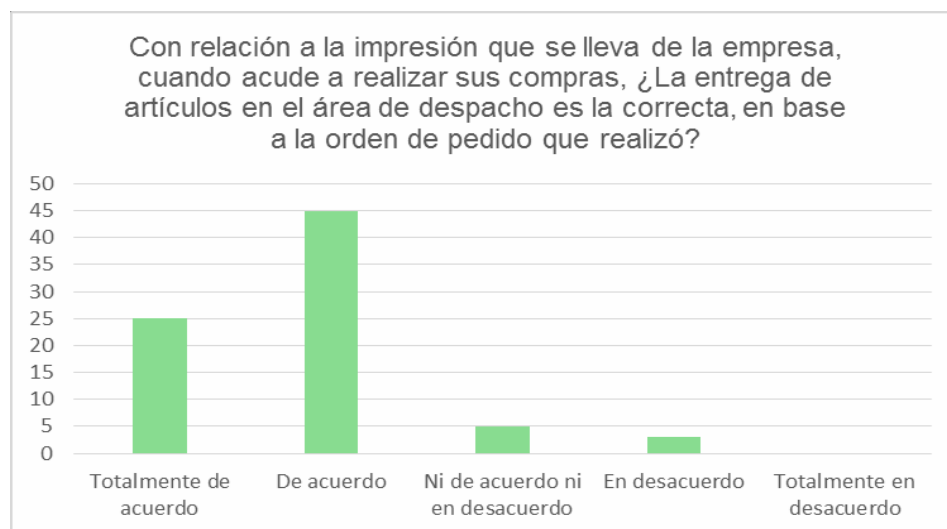
4. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho es la correcta, en base a la orden de pedido que realizó?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	25	25	32.1	10.9
<i>De acuerdo</i>	45	70	57.7	30.6
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	5	75	6.4	32.8
<i>En desacuerdo</i>	3	78	3.8	34.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 34

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°35 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°35, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 35

Distribución de frecuencias de la pregunta número 5

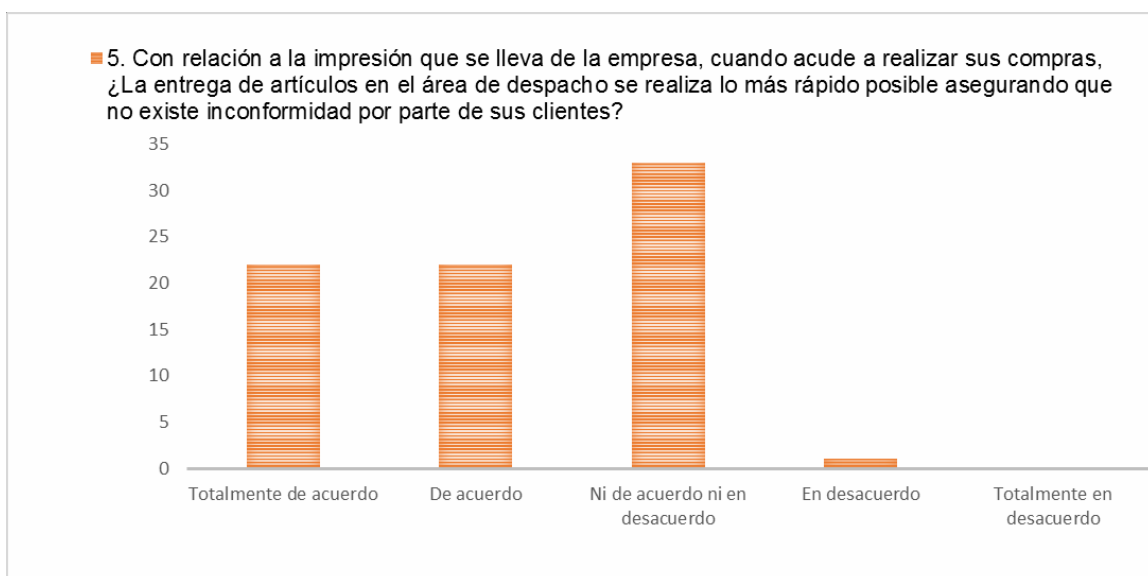
5. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho se realiza lo más rápido posible asegurando que no existe inconformidad por parte de sus clientes?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	22	22	28.2	9.6
<i>De acuerdo</i>	22	44	28.2	19.2
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	33	77	42.3	33.6
<i>En desacuerdo</i>	1	78	1.3	34.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 35

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°36 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°36, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 36

Distribución de frecuencias de la pregunta número 6

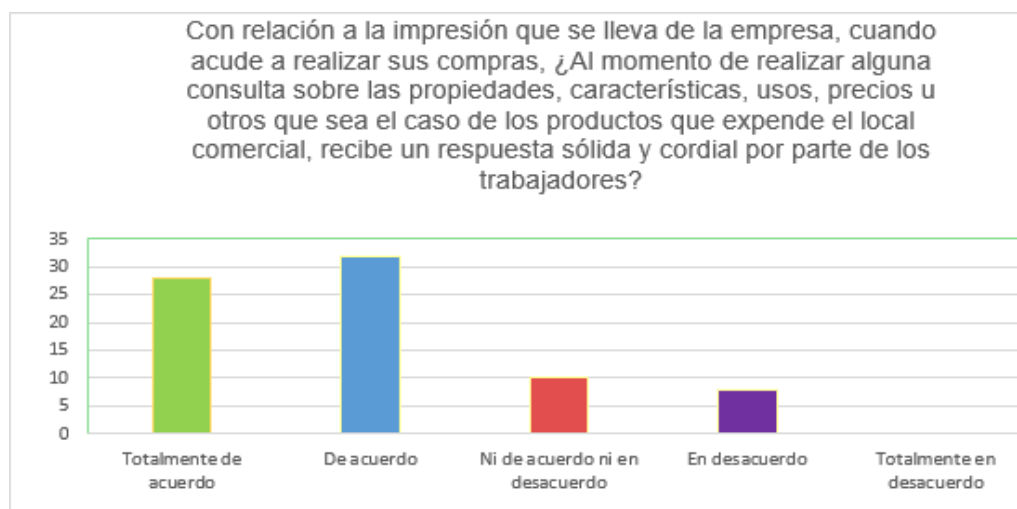
6. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿Al momento de realizar alguna consulta sobre las propiedades, características, usos, precios u otros que sea el caso de los productos que expende el local comercial, recibe un respuesta sólida y cordial por parte de los trabajadores?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	28	28	35.9	12.2
<i>De acuerdo</i>	32	60	41.0	26.2
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	10	70	12.8	30.6
<i>En desacuerdo</i>	8	78	10.3	34.1
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	78	0.0	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 36

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°37 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°37, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 37

Distribución de frecuencias de la pregunta número 7

7. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa ofrece garantía a su clientela, por ser esta una organización afianzada en el ámbito local (confiable)?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	33	33	42.3	14.4
<i>De acuerdo</i>	36	69	46.2	30.1
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	3	72	3.8	31.4
<i>En desacuerdo</i>	5	77	6.4	33.6
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	1	78	1.3	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 37

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°38 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°38, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 38

Distribución de frecuencias de la pregunta número 8

8. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa es creíble cuando anuncia alguna promoción, oferta o noticia en relación a sus productos y/o servicios a raíz de su larga trayectoria que tiene en el mercado local?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
Totalmente de acuerdo	27	27	34.6	11.8
De acuerdo	21	48	26.9	21.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	66	23.1	28.8
En desacuerdo	6	72	7.7	31.4
Totalmente en desacuerdo	6	78	7.7	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 38

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°39 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°39, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 39

Distribución de frecuencias de la pregunta número 9

9. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de comunicación que tiene la empresa para con sus clientes es la adecuada ya que emplea diversos medios para realizar consultas, comunicados o recibir algún reclamo respectivo por parte de su clientela, como por ejemplo las redes sociales, whatsapp, número telefónico y correo electrónico?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	20	20	25.6	8.7
<i>De acuerdo</i>	19	39	24.4	17.0
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	17	56	21.8	24.5
<i>En desacuerdo</i>	12	68	15.4	29.7
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	78	12.8	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 39

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El cuadro N°40 presenta los resultados del cuestionario POST TEST que evalúa la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL para la pregunta en mención. Para ello se consultó a los 78 miembros de la muestra obtenidos de la población después de la aplicación de la variable independiente, al momento de su visita al local comercial para realizar la adquisición de sus productos en la empresa. Así mismo, en el gráfico N°40, se muestran de manera visual los resultados de la pregunta en mención. Cabe resaltar que los datos fueron recolectados en las locaciones de la organización, antes de la aplicación de la variable independiente de la investigación, el rediseño de procesos bajo el modelo CANVAS.

Cuadro N° 40

Distribución de frecuencias de la pregunta número 10

10. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de persuasión que tiene la empresa y sus vendedores es el adecuado, ya que no resulta cargado ni pesado, por el contrario fomenta un ambiente agradable para realizar las compras dentro del establecimiento comercial?

ALTERNATIVA	fi	Fi	hi	Hi
<i>Totalmente de acuerdo</i>	15	15	19.2	6.6
<i>De acuerdo</i>	24	39	30.8	17.0
<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	15	54	19.2	23.6
<i>En desacuerdo</i>	13	67	16.7	29.3
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	11	78	14.1	34.1
Total:	78		100	

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Gráfico N° 40

Representación gráfica del cuadro de distribución de frecuencia.



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

El “DMAIC process model” o modelo para la mejora de procesos consiste en definir, medir, analizar, mejorar y controlar las condiciones iniciales que requieren ser mejoradas con la finalidad de alcanzar el éxito dentro de la performance de cualquier organización. En la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL se realizó el rediseño de procesos bajo el enfoque de sistemas, para ello se siguió las 5 fases o etapas del modelo DMAIC, lo cual se detalla a continuación:

Definir: Se determina las áreas y procesos claves que requieren ser enfocados.

Medir: Se procede a visitar la labor insitu que realiza la organización, para medir lo bueno y malo que se está realizando diariamente.

Analizar: En base al enfoque sistémico (pensamiento totalizador) y el rediseño de procesos se analizó todas aquellas acciones que conllevaban a una baja en el rendimiento o performance en la empresa.

Mejorar: Una vez que se definió las acciones a mejorar (con el apoyo conjunto de la gerencia de la organización), se procedió a realizar dichas incorporaciones en el flujo de procesos (diagrama de procesos) para que sea de conocimiento y uso de todos los colaboradores.

Controlar: Todos los cambios necesitan ser monitoreados al inicio, para asegurar su total entendimiento por parte de los colaboradores.

Todo el rediseño de procesos se realizó en base al modelo SIPOC (acrónimo en inglés de Suppliers - Inputs - Process - Output – Customers), en español significa: Proveedores, entradas, procesos, salidas y clientes. Todas las mejoras propuestas gracias al rediseño de procesos parten de la perspectiva del cliente, teniendo como punto inicial de partida los proveedores, ya que la empresa comercializa lo que sus proveedores le brindan y la relación de satisfacción es directamente proporcional, al desempeño de los proveedores. Las entradas y salidas de información y datos son de igual manera fundamentales para la organización, ya que la salida de un proceso, representa la entrada de otro proceso y así sucesivamente, al no controlar los flujos de información – comunicación se desconoce el rendimiento constante de la organización, así como no se gestiona la retroalimentación holística de la organización.

4.2 Contrastación y prueba de hipótesis

A continuación, se procede a mostrar los datos obtenidos de los instrumentos de recolección de datos, para la variable calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL, pre test y pos test.

Esquema N° 11

Compendio de resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos

	PRE_TEST	POS_TEST
1	11,0	12,5
2	9,5	13,0
3	7,5	14,5
4	12,0	15,5
5	10,5	11,5
6	10,0	14,0
7	11,5	13,5
8	8,0	13,0
9	6,5	15,5
10	9,0	11,0
11	10,5	15,0
12	7,5	12,5
13	11,0	13,0
14	8,5	15,5
15	5,0	11,0
16	10,0	12,0
17	11,5	13,5
18	7,5	16,5
19	6,5	12,5
20	12,0	14,0
21	5,5	12,5
22	9,5	10,5
23	11,5	14,0

	PRE_TEST	POS_TEST
24	12,5	13,5
25	9,5	16,0
26	5,5	12,5
27	12,0	15,5
28	11,0	13,0
29	10,5	14,5
30	6,5	14,0
31	14,0	13,0
32	7,5	15,0
33	5,5	17,5
34	10,5	11,0
35	12,5	12,0
36	13,0	14,5
37	10,5	12,5
38	9,5	11,5
39	6,5	10,0
40	11,0	12,0
41	5,5	11,0
42	8,5	10,5
43	7,5	11,0
44	8,0	13,5
45	8,5	12,0
46	9,5	12,0

	PRE_TEST	POS_TEST
47	6,0	13,5
48	9,0	15,5
49	7,0	13,5
50	8,5	13,0
51	4,5	9,5
52	10,0	11,5
53	10,5	11,0
54	11,0	12,5
55	11,5	11,0
56	10,5	15,0
57	6,5	9,5
58	14,0	12,5
59	7,5	11,5
60	7,5	10,5
61	9,5	15,0
62	13,0	14,5
63	6,5	11,5
64	9,5	12,0
65	5,5	12,5
66	7,5	16,0
67	10,0	11,5
68	7,5	12,5
69	6,5	10,5

	PRE_TEST	POS_TEST
69	6,5	10,5
70	7,0	12,0
71	4,5	8,5
72	6,5	10,5
73	11,5	13,0
74	12,5	11,0
75	6,0	10,5
76	6,5	12,0
77	7,0	11,0
78	9,0	13,0

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

A continuación, se presenta el análisis estadístico descriptivo de los datos obtenidos gracias a los instrumentos de recolección de datos:

Estadísticos

		PRE_TEST	POS_TEST
N	Válido	78	78
	Perdidos	0	0
Media		8,942	12,718
Mediana		9,000	12,500
Moda		6,5 ^a	12,5
Desviación estándar		2,4053	1,8280
Varianza		5,786	3,341
Mínimo		4,5	8,5
Máximo		14,0	17,5

Los valores del PRE TEST (calidad de servicio) contabilizan 78 datos, procedente de los clientes de la empresa, la media es 8.94, la mediana es 9, la moda (valor que más se repite) es 6.5, la desviación estándar es 2.40, la varianza de los datos es 5.78, el valor mínimo (calificación más baja) es 4.5 y el valor máximo (calificación más alta) es 14.

Los valores del POS TEST (calidad de servicio) luego de la aplicación de la variable contabilizan de igual manera 78 datos, procedentes de los clientes de la organización. La media es de 12.78, la mediana es 12.5, la moda es 12.5, la desviación estándar es 1.82, la varianza 3.34, el valor mínimo obtenido en el cuestionario es 8.5 y el valor máximo obtenido es de 17.5.

Claramente se puede visualizar una mejora considerable entre el pre y pos test a raíz de la comparación de medias, de ser solo 8.9 (pre test) pasa a ser 12.71 (pos test) con lo cual se obtiene una mejora de más del 35% entre ambas calificaciones, con lo cual, el rediseño de procesos trajo consigo mejoras que son bien vistas por los clientes de la organización. Para corroborar la hipótesis planteada con la presente investigación, se procede a emplear la estadística inferencial, a través de la prueba de diferencia de medias, T de Student, para muestras relacionadas, con igual cantidad de muestras, para realizar el análisis se presentan las hipótesis estadísticas de la investigación a continuación:

Hipótesis de Investigación:

Hi: $X_1 > X_2$; El rediseño de Procesos bajo el modelo CANVAS mejora la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL

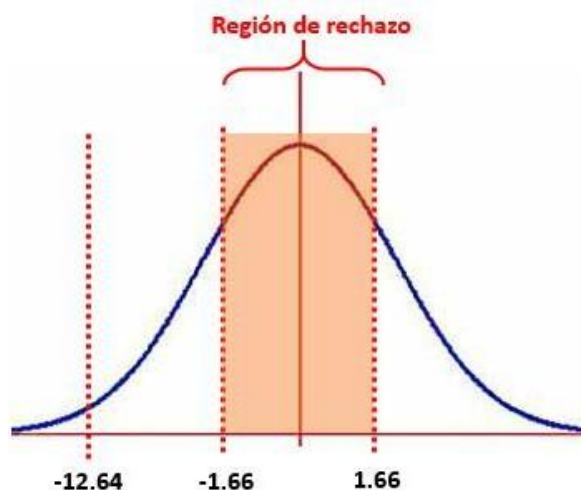
Hipótesis Nula:

Ho: $X_1 \leq X_2$; El rediseño de Procesos bajo el modelo CANVAS no mejora la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente SCRL

Los resultados de la prueba T de student se calcularon a través de la utilización del software estadístico SPSS en su versión 20.0, los datos se muestran a continuación:

Prueba de muestras emparejadas							
Diferencias emparejadas							
Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		t	gl	Sig. (bilateral)
			Inferior	Superior			
-3,7756	2,6367	,2985	-4,3701	-3,1812	-12,647	77	,000

Buscando el valor de contraste en la tabla de distribución T de Student, con 77 grados de libertad y un valor de significancia del 95% se tiene T_{crit} 1.66. Al ser de 2 colas se tiene el siguiente gráfico de contraste:



Tal como se percibe en el gráfico de la campana de Gauss superior, el valor obtenido de la prueba T de Student se encuentra fuera de la región roja (región de rechazo), al ser -12.64 se encuentra fuera de la región de -1.66 y 1.66. Por lo tanto, se puede concluir manifestando que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, el rediseño de procesos basado en el modelo CANVAS mejora la calidad de servicio en la empresa.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Contrastación de resultados del trabajo de investigación

Luego de la aplicación de la variable independiente se consiguió que el 44.4% de los trabajadores de la empresa estén totalmente de acuerdo que para realizar el trabajo de mejora se realizó un estudio profundo dentro de las locaciones de la organización. Además, el 55.6% de los trabajadores afirman que se realizó de manera oportuna reuniones de trabajo con el capital humano de la organización, dichas reuniones se realizaron antes y después de la jornada de trabajo de 8 horas diaria, en días, previa coordinación con la gerencia de la empresa, en su mayoría fueron los lunes y martes a raíz de la menor cantidad de movimiento de dichos días en comparación al resto de la semana. Por otra parte, el 33.3% de los trabajadores está totalmente de acuerdo que se ha realizado de manera correcta el FODA (análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) de los proveedores de la organización, para evitar ciertos inconvenientes y contratiempos que se tuvieron con algunos de ellos, en temas de calidad de productos. El 55.6% de los trabajadores están de acuerdo con la afirmación de que las acciones desarrolladas gracias a la aplicación de la presente investigación contribuyeron con la mejora de la efectividad integral o general de la organización, ya que se abordaron tópicos desde la limpieza del local, pasando por la atención y terminando en el despacho de productos al cliente. Por otra parte, las mejoras se consiguieron gracias a la utilización del modelo CANVAS en conjunto con el enfoque sistémico. El modelo CANVAS está compuesto de 8 segmentos, estratégicamente divididos y enfatizados, como son: la relación con los clientes, los segmentos de clientes, las fuentes de ingreso, canales de comunicación, recursos clave, estructura de costos, socios clave y actividades clave. Se consiguió una mejora considerable en la vestimenta de los colaboradores de la organización, se mejoró la imagen externa del local comercial, gracias a la utilización de gigantografías (paneles publicitarios de las ofertas semanales de productos), entrega de productos (despacho), la consulta y respuesta es mucho más efectiva y adecuado a las necesidades de los clientes, la empresa es mucho más confiable, posee mayor credibilidad, se tiene comunicación directa con los clientes por medio del Facebook y del WhatsApp, además de mejorar el know-how de los vendedores de la empresa.

La investigación enlazo conceptos que no están necesariamente vinculados a la hora de realizar la revisión bibliográfica, como lo son los modelos DMAIC, SIPOC con el CANVAS y a su vez toda acción mejorada gracias al rediseño de procesos y su funcionamiento lógico. Gracias a la utilización de dichas herramientas se pudo conseguir cambios deseables y de provecho colectivo de la organización, ya que se mejoró diversos aspectos (áreas) de la empresa. Al analizar desde el punto de vista de los proveedores, los clientes, los trabajadores y otras acciones de valor, se está siguiendo el principio del pensamiento sistémico, ya que no solo se aborda lo evidente, sino que se realiza un diagnóstico más profundo para buscar oportunidades de mejora dentro de la organización.

Gráfico N° 41
Cuadro de modelos aplicados en la investigación



Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

En el gráfico N° 41, se puede apreciar el compendio de modelos empleados en la investigación, teniendo como centro la empresa Inversiones Centro Oriente y la secuencia metodológica empleada para dar solución a los problemas de rojo: definir – medir – analizar – mejorar – controlar. Todo esto realizado bajo el modelo CANVAS y sus 9 dimensiones, mostradas en la parte inferior del gráfico.

CONCLUSIONES

- El rediseño de procesos basado en el modelo CANVAS contribuye con la mejora de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. gracias al análisis de ejes esenciales para el normal funcionamiento de la empresa que no necesariamente son considerados a la hora de analizar el funcionamiento general de una organización, como el segmento de clientes al cual se enfoca la empresa, los canales de comunicación y entrega de productos al cliente, la estructura de costos de los productos – servicios (costos fijos, costos variables) que aseguran la utilidad de la empresa.
- El rediseño de procesos se encarga de analizar y reestructurar el flujo de actividades – línea de mando de la organización, para esto se realiza un diagnóstico inicial preliminar (línea base), en la cual se establece la forma inicial de trabajo, determinando mediante reuniones con los encargados de la organización, que aspectos son necesarios de cambiar. Una vez que se tenga definido todas las acciones que se necesitan cambiar, se procede a realizar el rediseño de los procesos y plasmarlos en el gráfico de procesos para dar conocimiento a toda la línea de acción (personal de la empresa) mediante reuniones y/o talleres para volver a redefinir el concepto del área de trabajo.
- El DMAIC process model aporta con la mejora de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L., ya que se entiende por calidad de servicio al nivel de atención que realiza la empresa a sus clientes, este nivel de atención está determinado por:
 - a) Calidad de los productos que se comercializa (presentación, caducidad, integridad).
 - b) Calidad de atención al momento que un cliente realiza su pedido a un trabajador de la organización.
 - c) Calidad al momento de la entrega de productos, un encargado del área de almacén realiza la entrega de los bienes al cliente, indicando su conformidad de cantidad e integridad del producto.
 - d) Calidad en la presentación del local comercial, higiene, limpieza, orden, pulcritud del personal.

Todos los incisos previamente detallados se gestionan mejor gracias a que el DMAIC permite: definir, medir, analizar, mejorar y controlar los problemas de la empresa. Todo comienza con la definición del problema a mejorar, en reuniones,

entrevistas y diagnóstico presencial se pudo determinar cuáles eran los problemas que se debían de mejorar dentro de la organización (atención al cliente); seguidamente se mide el nivel de desempeño actual de la organización en dichos aspectos, para llevar a cabo esta fase se aplicó el cuestionario inicial de calidad de servicio a los 78 clientes de la organización; posteriormente, se analiza todas las opciones con las cuales se dispone al alcance de la organización para realizar mejoras preventivas o correctivas de los problemas internos; seguidamente, se mejora la performance de la organización, gracias al rediseño de procesos organizacionales y por último se controla los cambios en fechas programadas, para prever ciertas complicaciones o mal entendidos de los trabajadores.

El SIPOC diagram model contribuye con la mejora de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L. gracias al enfoque integral que este modelo ejerce en su solución, ya que involucra a los suppliers (proveedores), inputs (entradas de información), process (todos los procesos de la organización), outputs (salidas de información) y customers (clientes de la empresa). Al involucrar a los proveedores de los productos, que para el caso de la empresa son de diversas ciudades y rubros, ya que algunas empresas son transnacionales, otras regionales y algunas locales se consigue mejorar la calidad de los productos que los clientes obtienen de la organización, ya que la empresa provee lo que sus proveedores le brindan; y a sus clientes (expectativas y nuevas preferencias de productos – servicios) se consigue mejorar enormemente el rendimiento de la organización. Al incluir los procesos internos, se trabaja con los colaboradores o trabajadores de la organización y su forma de actuar, es decir procedimientos y normas internas. Todo esto contribuye a que se tengan cambios efectivos y duraderos en el tiempo.

RECOMENDACIONES

- Para realizar el rediseño de procesos es necesario conocer a fondo la realidad interna de la organización, para ello es conveniente realizar una inmersión de semanas para que el analista de sistemas pueda empaparse del funcionamiento interno, relaciones laborales, normas internas y modelos mentales de los trabajadores. El rediseño de procesos realiza mejoras significantes para las diversas áreas de la organización. Dentro de las características personales necesarias de todo analista de sistemas se tiene una alta capacidad observadora, persona analista – crítico, que no se queda con las dudas, que siempre está preguntándose y cuestionándose del porqué de las cosas. Por lo tanto, se recomienda que el analista de sistemas encargado de realizar el rediseño de procesos tenga altas cualidades de observación y de llegada con las personas. Ya que, al momento inicial de entrada o inmersión en cualquier empresa, los mismos colaboradores presentan conductas cerradas o limitantes de cooperación.

- Existen software de modelación y rediseño de procesos en los cuales se emplean datos para realizar simulaciones de los cambios que se van efectuando dentro de la organización, se recomienda a futuros investigadores la inclusión de dichos programas informáticos, como el BONITA SOFT, el VENSIM y el STELLA, para realizar rediseño de procesos en base a datos y sus respectivas repercusiones según el paso del tiempo. Gracias a estas simulaciones se pueden conocer la cantidad de clientes que la empresa podría llegar a tener en base al alza de migraciones, nacimientos y otros fenómenos que serían perfectamente tomados en cuenta en el tiempo presente para decisiones sobre estrategias.

- Se recomienda a todos aquellos investigadores que desean realizar o aplicar el rediseño de procesos dentro de alguna entidad público – privada que, dentro de la bibliografía en el área de sistemas de negocio, se tienen diversas herramientas o modelos de gran utilidad que pueden ser empleados en sus proyectos, la única barrera que se tiene que superar es el lenguaje, ya que el 80% de bibliografía se encuentra en inglés. Sí se realiza la búsqueda de libros, revistas, informes, investigaciones, videos en el idioma inglés con las siguientes palabras claves: process, process reengineering, methodologies for process reengineering, se va encontrar mucha información referencial importante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrasco, S. (2009). Metodología de la investigación científica. Perú: San Marcos.
- Córdoba, I. (2009). Estadística aplicada a la investigación. Perú: San Marcos.
- Dumas, M. (2013). Fundamentals of business process management. Berlin: Springer-Verlag.
- Hernández, R. et al (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamérica.
- Johnson, K. (1993). Como lograr la excelencia en ventas. Colombia: Versalles.
- Kathryn C. (2009). Coaching Skills Training Course. England: Lancashire.
- Perez Aguilera, F. (2013). Manual creación y gestión de microempresas. Editorial Cep, S L.
- Roberts, L. (1994). Process reengineering. Milwaukee, Wis.: ASQC Quality Press.
- Rosendo Ríos, V. and Pérez del Campo, E. (2013). Business research methods: Madrid.
- Silver, B. (2012). BPMN method and style. Aptos, CA: Cody-Cassidy Press.
- Velázquez, A. (2007). Metodología de la investigación científica. Perú: San Marcos.

ANEXOS

ANEXO 1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA REDISEÑO DE PROCESOS BASADO EN EL MODELO CANVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA INVERSIONES CENTRO ORIENTE S.C.R.L, HUÁNUCO, 2018.

Esquema N° 12
Matriz de consistencia de la investigación

¿Cuál es la relación que ejerce el rediseño de procesos basado en el modelo canvas en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?	Determinar la relación que ejerce el rediseño de procesos basado en el modelo canvas en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	El rediseño de procesos basado en el modelo canvas mejora la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	Variable Independiente Rediseño de Procesos <i>-DMAIC process model</i> <i>- SIPOC diagram model</i>
¿Cuál es la mejoría que ejerce el DMAIC process model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?	Establecer la mejoría que ejerce el DMAIC process model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	El DMAIC process model contribuye con mejorar la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	
¿Cuál es el beneficio que ejerce el SIPOC diagram model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.?	Definir el beneficio que ejerce el SIPOC diagram model en la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	El SIPOC diagram model promueve la mejora de la calidad de servicio de la empresa Inversiones Centro Oriente S.C.R.L.	Variable Dependiente Calidad de Servicio

Fuente: Investigador Bach. Joram Paolo Rosas Ruiz

Universidad de Huánuco
Ingeniería de Sistemas e Informática
Ficha de Encuesta N°01 – Tema: Rediseño de Procesos

Instrucciones:

Buen día, estimado colaborador de la empresa Inversiones Centro Oriente, a continuación, se presenta una encuesta cuya finalidad es realizar un diagnóstico situacional de nuestros procesos y su gestión interna. La encuesta es **ANÓNIMA**, por lo que DESEAMOS que RESPONDAS con la **VERDAD**, tómate tu tiempo para responderla. **Marque con una (x)** sobre la alternativa que más se ajuste a tu respuesta.

1. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha estudiado, analizado y definido recientemente su situación actual?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

2. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha evaluado el nivel de rendimiento de las áreas, personas y procesos?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

3. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado estratégicamente los datos provenientes de las entrevistas, encuestas y reuniones de trabajo con todo el capital humano de la empresa?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

4. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han formulado acciones de mejora en base al diagnóstico de causas que generan inconvenientes internos?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

5. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han controlado las acciones de mejora con la finalidad de velar por su normal funcionamiento y efectividad?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

6. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado correctamente a los proveedores y previsto sus fortalezas y debilidades?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

7. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado todas las entradas necesarias que requieren los procesos internos de la empresa?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

8. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado y modelado los procesos claves que son necesarios para brindar el producto/servicio al consumidor final?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

9. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se han identificado, listado y controlado todas las salidas (productos-servicios-intermedios) que la empresa genera?

☐	Totalmente de acuerdo	☐	De acuerdo	☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	☐	En desacuerdo	☐	Totalmente en desacuerdo
--------------------------	-----------------------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------------

10. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, estudiado los tipos de clientes que acuden al local comercial, con la finalidad de comprenderlos más a fondo en relación a sus necesidades y preferencias cambiantes?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

11. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha realizado el mapeo de procesos principales de la empresa y es de conocimiento general de todos los participantes?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

12. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha tomado en cuenta y respetado las funciones y características de la simbología de procesos a la hora de realizar el diagrama del negocio?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

13. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado y considerado dentro del planeamiento estratégico los factores ambientales como mecanismos que interfieren en el funcionamiento general de los procesos de la empresa?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

14. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha seguido todos los pasos de mejora o cambio, de manera ordenada en función al sistema de gestión establecido en la organización, que es de libre conocimiento de la alta dirección y de los colaboradores de la empresa?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

15. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado, diseñado y plasmado adecuadamente la estructura organizacional de la empresa en función a las decisiones, cadena de mando y flujo de recursos o información?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

16. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha analizado, previsto y evaluado la funcionabilidad del capital humano de la organización, garantizado en todo momento su adecuado dominio de habilidades blandas?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

17. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cuál es el valor agregado que posee la organización en función al modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

18. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado los canales de comunicación que resultan oportunos para interactuar con el segmento de clientes actual, según el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

19. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado quienes son los socios claves (relaciones, vínculos, amistades) que sirvan como motor que propicie el desarrollo de la organización, según el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

20. Con relación al funcionamiento general de la empresa, ¿se ha identificado cual es la mejor estructura de costes de los productos y las fuentes de ingreso que tiene la organización como mecanismo para planificar futuras inversiones, adquisiciones y solicitudes de préstamos bancarios, según lo establecido en el modelo CANVAS?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

Universidad de Huánuco
Ingeniería de Sistemas e Informática
Ficha de Encuesta N°02 – Tema: Calidad de Servicio

Instrucciones:

Buen día, estimado cliente de la empresa Inversiones Centro Oriente, a continuación, se presenta una encuesta cuya finalidad es realizar un diagnóstico situacional de nuestros procesos y su repercusión en su persona. La encuesta es **ANÓNIMA**, por lo que DESEAMOS que RESPONDAS con la **VERDAD**, tómate tu tiempo para responderla. **Marque con una (x)** sobre la alternativa que más se ajuste a tu respuesta.

1. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la presentación personal (vestimenta, pulcritud) de sus trabajadores es la adecuada para brindarle un servicio de calidad?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

2. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿la imagen externa de la empresa es propia para una empresa que desea ser pionera en su rubro dentro del mercado de Huánuco?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

3. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La limpieza y pulcritud existente dentro del local demuestra calidad y respeto para su clientela?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

4. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho es la correcta, en base a la orden de pedido que realizó?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

5. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La entrega de artículos en el área de despacho se realiza lo más rápido posible asegurando que no existe inconformidad por parte de sus clientes?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

6. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿Al momento de realizar alguna consulta sobre las propiedades, características, usos, precios u otros que sea el caso de los productos que expende el local comercial, recibe un respuesta sólida y cordial por parte de los trabajadores?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

7. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa ofrece garantía a su clientela, por ser esta una organización afianzada en el ámbito local (confiable)?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

8. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿La empresa es creíble cuando anuncia alguna promoción, oferta o noticia en relación a sus productos y/o servicios a raíz de su larga trayectoria que tiene en el mercado local?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

9. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de comunicación que tiene la empresa para con sus clientes es la adecuada ya que emplea diversos medios para realizar consultas, comunicados o recibir algún reclamo respectivo por parte de su clientela, como por ejemplo las redes sociales, whatsapp, número telefónico y correo electrónico?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------

10. Con relación a la impresión que se lleva de la empresa, cuando acude a realizar sus compras, ¿El nivel de persuasión que tiene la empresa y sus vendedores es el adecuado, ya que no resulta cargado ni pesado, por el contrario fomenta un ambiente agradable para realizar las compras dentro del establecimiento comercial?

	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
--	-----------------------	--	------------	--	--------------------------------	--	---------------	--	--------------------------