



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:
INGENIERA COMERCIAL**

TEMA:

**“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN GAP CON APLICACIÓN DE TÉCNICA
SERVQUAL PARA LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN
MONTAJES MECÁNICOS GUTIÉRREZ S.A. MOGUSA.”**

AUTORA:

GRACE MONSERRATH GUTIERREZ BAQUE

TUTOR:

ING MSC.WLADIMIR DEL ROSARIO ALVARADO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

ÍNDICE GENERAL

	Página
Carátula	I
Índice General	II
Índice De Cuadros	V
Índice De Gráficos	VI
Certificación De Aceptación Del Tutor	VII
Certificado De Autoría Y Cesión De Derechos	VIII
Agradecimiento	IX
Dedicatoria	X
Resumen	XI

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN 1

1.1.	Tema	1
1.2.	Diagnóstico: Ámbito/ Contexto	1
1.3.	Formulación Del Problema De Investigación	3
1.4.	Justificación	4
1.5.	Objetivos	5
1.5.1	Objetivo General	5
1.5.2	Objetivos Específicos	5
1.6	Intencionalidad De La Investigación	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Estado De Conocimiento Del Arte	7
2.2.	Fundamentos Teóricos	8
2.2.1	Modelo De Gestión GAP	9
2.2.1.1	Concepto De Gestión	9
2.2.1.2	Modelo De Gestión. Conceptos	10
2.2.1.3	Objetivos Del Modelo De Gestión	11
2.2.1.4	Importancia Del Modelo De Gestión	12
2.2.2	Técnica SERVQUAL	13
2.2.2.1	Concepto De Técnica SERVQUAL	14
2.2.2.2	Objetivos De Técnica SERVQUAL	15
2.2.2.3	Concepto De Calidad	16
2.2.2.4	Concepto De Servicio	17
2.2.2.5	Concepto De Servicio Al Cliente	18
2.2.3	Calidad Del Servicio Al Cliente	19
2.2.3.1	Objetivos De La Calidad Del Servicio Al Cliente	20
2.2.4	Marco Legal	21
2.3	Hipótesis O Anticipaciones Hipotéticas	22
2.4	Variables O Criterios De Investigación	22
2.5	Indicadores	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.	Universo Muestral	23
3.2.	Métodos Técnicas E Instrumentos	23
3.2.1	Métodos De Investigación	23
3.3	Aplicación De Instrumentos	25
3.4	Procesamiento De Datos	25
3.5	Recursos: Instrumentales, Cronograma, Presupuestos	26

3.6	Resultados – Productos	28
3.6.1	Resultados De La Encuesta Aplicada A Los Clientes	28
3.6.2	Resultados De La Entrevista Aplicada Al Personal	54
3.7	Discusión De Resultados Y Verificación De Hipótesis	56
CAPÍTULO IV		
INFORME TÉCNICO FINAL		58
4.1	Propuesta	58
4.2	Importancia	58
4.3	Factibilidad	59
4.4	Descripción De La Propuesta	60
4.5	Evaluación Económica y Financiera	79
4.6	Conclusiones	84
4.7	Recomendaciones	85
	Bibliografía	86
	Anexos	88

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Presupuestos	26
Cuadro 2.	Tipo de Establecimiento	28
Cuadro 3.	Percepción de la atención del personal de la empresa	30
Cuadro 4.	Estado de la vestimenta del personal de la empresa	32
Cuadro 5.	Impresión con el aseo y la higiene de la empresa	34
Cuadro 6.	Percepción del desempeño del personal de la empresa	36
Cuadro 7.	Velocidad en la entrega del trabajo	38
Cuadro 8.	Opinión sobre el tiempo de entrega del trabajo	40
Cuadro 9.	Opinión sobre la tecnología utilizada por la empresa	42
Cuadro 10.	Opinión sobre la comunicación e información con el personal	44
Cuadro 11.	Opinión sobre el producto y/o servicio de la empresa	46
Cuadro 12.	Percepción sobre el precio de los servicios de la empresa	48
Cuadro 13.	Calificación que le otorga a la empresa	50
Cuadro 14.	Recomendaría a otra empresa el servicio de MOGUSA	52
Cuadro 15.	Check List	70
Cuadro 16.	Aplicación práctica del modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL	71
Cuadro 17.	Indicadores del servicio	73
Cuadro 18.	Toma de acciones correctivas y/o preventivas	74
Cuadro 19.	Seguimiento de acción correctiva y/o preventiva	75
Cuadro 20.	Inversiones de la propuesta	79
Cuadro 21.	Balance Económico de Flujo de Caja	80
Cuadro 22.	Simbología de la ecuación financiera	81
Cuadro 23.	Comprobación de la tasa Interna de Retorno (TIR)	82
Cuadro 24.	Comprobación del Valor Presente Neto (VPN) y Periodo de Recuperación de la Inversión	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	CRONOGRAMA	27
Gráfico 2.	Tipo de Establecimiento	29
Gráfico 3.	Percepción de la atención del personal de la empresa	31
Gráfico 4.	Estado de la vestimenta del personal de la empresa	33
Gráfico 5.	Impresión con el aseo y la higiene de la empresa	35
Gráfico 6.	Percepción del desempeño del personal de la empresa	37
Gráfico 7.	Velocidad en la entrega del trabajo	39
Gráfico 8.	Opinión sobre el tiempo de entrega del trabajo	41
Gráfico 9.	Opinión sobre la tecnología utilizada por la empresa	43
Gráfico 10.	Opinión sobre la comunicación e información con el personal	45
Gráfico 11.	Opinión sobre el producto y/o servicio de la empresa	47
Gráfico 12.	Percepción sobre el precio de los servicios de la empresa	49
Gráfico 13.	Calificación que le otorga a la empresa	51
Gráfico 14.	Recomendaría a otra empresa el servicio de MOGUSA	53
Gráfico 15.	Sistema de Retroalimentación	77

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por la Decana de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Diseño De Un Modelo De Gestión Gap Con Aplicación De Técnica Servqual Para La Medición De La Calidad Del Servicio Al Cliente En MONTAJES MECÁNICOS GUTIÉRREZ S.A. MOGUSA.”, presentando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

INGENIERA COMERCIAL

¿De qué manera el Diseño de un modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL permitirá medir la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales, viabilidad e importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

Srta. Grace Monserrath Gutiérrez Baque C.I. 1310054851

ING MSC.WLADIMIR DEL ROSARIO ALVARADO
TUTOR

CERTIFICADO DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Grace Monserrath Gutiérrez Baque declaro bajo juramento que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en él mismo se declaran, como producto de la investigación realizada por mí. De la misma manera cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucional vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito Diseñar un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

Srta. Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Egresada

C.I. 1310054851

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mis padres por su constancia, mi mejor guía y ejemplo a seguir.

A mi hermana; María Gutiérrez por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me ha ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mi Tutor de tesis quien me ayudo en todo momento, Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado.

Grace Monserrath Gutiérrez Baque

La Autora

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a mi Madre María Baque Plúa, pilar fundamental en mi vida. Sin ella, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ella el gran ejemplo a seguir y destacar, mi madre representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

Grace Monserrath Gutiérrez Baque

La Autora

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal “diseñar un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA”; para lo cual se aplicó la metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo, utilizando referencias bibliográficas e instrumentos investigativos de campo, como en este caso fue el cuestionario de la encuesta que se aplicó a los clientes de la compañía, cuyos resultados evidenciaron que el 56% percibió como poco atentos al personal de MOGUSA, quienes en el 43% de los casos, se mostraron insatisfechos con el profesionalismo mostrado por los colaboradores de la organización en estudio, cuyas causas generaron insatisfacción en los clientes, mientras que 63% de ellos no les dejó una buena impresión el aseo y la higiene que practicaron los operadores de esta compañía, además que manifestaron que el personal de la empresa MOGUSA no es ágil y que tienen limitaciones en la comunicación, por ello no recomendarían lo servicios de MOGUSA a sus conocidos, lo que puede afectar la competitividad de la empresa e incrementar la insatisfacción de los clientes, por ello se propuso el diseño de un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA y contribuir a la toma de decisiones, requiriéndose una inversión total de \$5.959,50, 42,87% representa la inversión fija y 57,13% los costos de operación, generándose una Tasa Interna de Retorno que es del 50,38% y el Valor Presente Neto \$4.350,69, recuperándose la inversión en dos años, con un coeficiente beneficio costo de 1,70, resultados que manifiestan la factibilidad de la propuesta.

Palabras claves: Modelo, Gestión, GAP, Medición, Calidad, Servicio, Técnica, SERVQUAL.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1.TEMA

Diseño de un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

1.2.Diagnóstico: ámbito/ contexto.

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, arrancó sus operaciones en el mes de mayo del año 2007, bajo el establecimiento de una política de calidad enfocada a maximizar la satisfacción de sus clientes.

En sus inicios empezó a ganar la fidelidad de su mayor cliente que es el Grupo El Rosado, que es uno de sus principales clientes en la actualidad, y por ello se ha mantenido en el mercado metalmeccánico fabricando estructuras metálicas, realizando el montaje y mantenimiento a todos los centros comerciales de esta corporación.

MOGUSA, es una micro-empresa que ofrece servicios de diseño, fabricación, montaje, reparación y mantenimiento de estructuras metálicas, piezas metálicas y construcción en general, ubicándose en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, en el Km. 4 ½ de la vía a Daule.

Actualmente figuran en la nómina de la empresa 21 personas que forman parte de la organización en las áreas directivas, administrativas y operativas.

El principal problema que tiene la empresa radica en las garantías que solicita el cliente, debido a la inconformidad con la calidad de las estructuras metálicas que le entregaron los personeros encargados de MOGUSA.

En el año 2013 la empresa reportó alrededor de 28 quejas de los cliente, de unos 190 productos despachados en el mercado, que representa alrededor del 15% de las estructuras metálicas vendidas por la compañía a sus clientes durante el último periodo anual en estudio, cuando en el 2012 este indicador se situó en el 12% y en el 2011 bordeó el 10,5%, observándose un crecimiento de los reclamos de los compradores de los productos y servicios de la compañía, en los últimos tres años.

Las causas principales que generaron los reclamos de los clientes y el otorgamiento de la garantía de las estructuras metálicas que fueron motivo de quejas por parte de los compradores del producto, se refieren a que la empresa no dispone de un modelo de gestión adecuado que permita mejorar la calidad del servicio al cliente, en los servicios que les ofrece MOGUSA, como es el caso del diseño, construcción y mantenimiento de estructuras metálicas, lo que se pudo observar porque la empresa tiene limitaciones de recursos tecnológicos para mejorar el proceso de toma de datos de las dimensiones de los clientes, encontrándose descoordinación en las áreas de Recepción del Cliente, Metrología y Operaciones, las cuales no se comunican adecuadamente, además que no existe un sistema de intranet que pueda mejorar la secuencialidad del proceso inicial de la recepción del comprador, con las demás actividades de diseño, metrología, operaciones y ventas.

Las consecuencias de los reclamos de los clientes, es en primer lugar su insatisfacción, lo que puede afectar la competitividad de la empresa en el mercado; además al otorgar la garantía por concepto el reclamo del cliente, se repite el proceso inicial de diseño, construcción y/o operaciones, e incluso el montaje de la estructura metálica, impactando ello en el incremento del índice de reproceso, así como de los costos del producto y del servicio, disminuyendo la eficiencia, la productividad del servicio y la satisfacción del cliente.

En los siguientes ítems se presenta la delimitación del problema:

- **Campo:** Administración de Empresas
- **Área:** Aseguramiento de la Calidad del Servicio
- **Aspectos:** Gap, Escala SERVQUAL, calidad del servicio.
- **Tema:** Diseño de un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.
- **Delimitación geográfica:** Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui.
- **Delimitación espacial:** Km. 4 ½ de la vía a Daule.
- **Delimitación temporal:** Noviembre 2014 a Marzo del 2015.

1.3. Formulación de problema de investigación.

¿De qué manera el Diseño de un modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL permitirá medir la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

1.4.JUSTIFICACIÓN

Se seleccionó el tema correspondiente al modelo de Gestión GAP y a la medición de los parámetros de la calidad del servicio, debido a que la empresa MOGUSA no dispone de un modelo adecuado para mejorar en este aspecto muy importante para alcanzar los objetivos y metas empresariales.

Al contrario de lo que dice la misión de la empresa MOGUSA, los reclamos de los clientes generan insatisfacción, sin que se haya podido mejorar en este aspecto, más bien el aumento de estos reclamos representa una problemática de gran importancia para la compañía, en los actuales momentos.

Por ello se propone el diseño de un modelo de gestión GAP con aplicación de la técnica SERVQUAL, que sea de gran utilidad para medir la calidad del servicio y determinar cuál es la percepción del cliente acerca del producto y servicio que ofrece la compañía, para mejorar los aspectos internos, lo cual puede impactar en el fortalecimiento de la productividad y competitividad.

Con la aplicación del modelo de gestión no solo se mejorará la calidad del servicio al cliente, quienes maximizarán su nivel de satisfacción por los bienes y servicios que reciben de la empresa, siendo ellos los principales beneficiarios, sino que también se fortalecerá la coordinación y el desempeño de los trabajadores quienes también percibirán una mayor estabilidad y condiciones de trabajo, mientras que la compañía fortalecerá su imagen para ser más competitiva en el mercado.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Diseñar un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Valorar el nivel de satisfacción del cliente con base en la escala SERVQUAL.
- Identificar las causas que han generado insatisfacción en los clientes y han desmejorado la calidad del servicio.
- Determinar las consecuencias en la competitividad de la empresa, que puede generar la insatisfacción de los clientes.

1.6. Intencionalidad de la investigación

Actualmente la problemática de la falta de un modelo de gestión adecuado ha ocasionado el desconocimiento de los parámetros de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, generando como consecuencia que la empresa se encuentre en riesgo de perder competitividad en el mercado.

Si la situación conflictiva se mantiene, se experimentará un incremento de los costos de la producción del servicio, que afectará no solo la rentabilidad, productividad y competitividad de la empresa en el mercado, sino que impactará de manera negativa en la estabilidad y desempeño del personal que forma parte de la organización, y, en la pérdida de clientela.

Esto significa que el pronóstico de la investigación se refiere a que con la existencia del modelo de gestión que facilite la medición de la calidad del servicio que se ofrece al cliente puede beneficiar directamente a los usuarios del producto que oferta la empresa en el mercado, generando estabilidad en el personal que forma parte de la organización y manteniendo una buena salud de sus indicadores financieros.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ESTADO DE CONOCIMIENTO DEL ARTE

Se pudo conocer de la realización de algunos trabajos investigativos acerca de los modelos de gestión, incluyendo aquellos que hacen referencia a los modelos de calidad del servicio al cliente, sin embargo, no se encontró ninguna tesis de grado ni monografías que tengan relación con el GAP ni con la escala SERVQUAL, ni en la Biblioteca de las Carreras Administrativas de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, ni tampoco en otras unidades académicas de los establecimientos de educación superior a nivel local y nacional.

Acerca de los Modelos de Gestión, Danny Zambrano realizó una tesis de grado referida al “Modelo de Gestión para el personal administrativo de la Dirección financiera del Ilustre Municipio del Cantón La Maná y la atención a los usuarios”, en la cual después de realizar un estudio descriptivo, deductivo y cuantitativo, identificó que existe un alto nivel de insatisfacción de la ciudadanía por el servicio recibido, lo que motivó al autor a desarrollar una propuesta basada en la Gestión por Resultados para minimizar el tiempo del proceso del servicio público municipal y satisfacer en mayor medida las exigencias y expectativas de los usuarios, en concordancia con el objetivo No. 3 del Plan Nacional del Buen Vivir que busca mejorar la calidad de vida de la población.

Los resultados acerca de investigaciones que han versado sobre el mejoramiento de la calidad del servicio destacan que la gestión de la calidad se basa en la optimización de los recursos y en la satisfacción del nivel de los clientes, quienes deben experimentar un bienestar al

consumir un producto o utilizar un servicio, lo que está asociado a las variables de la investigación.

2.2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El tratamiento de la problemática de la calidad en las empresas es bastante amplio, porque tiene su origen en la satisfacción de las necesidades humanas y en el crecimiento de estas exigencias a lo largo y ancho del tiempo, por el crecimiento de la demanda y de la oferta en el mundo.

La calidad pasó a ser un tema gravitante en el desarrollo empresarial, surgiendo entonces como un indicador relevante la competitividad de los mercados, creándose para tal efecto las normativas internacionales de la calidad, que tiene un enfoque práctico en los procesos.

A raíz de que la calidad adquirió un tinte de gran relevancia, se puso en auge el término correspondiente a los modelos de gestión, que no son otra cosa que guías o esquemas que permiten orientar los procesos de una determinada actividad productiva, para favorecer la satisfacción del cliente.

Bajo esta óptica se ha descrito teóricamente los modelos de gestión, poniendo énfasis en la metodología GAP, cuyas siglas se refieren a la Gestión de la Calidad del Servicio, así como en las diversas definiciones que los expertos establecen para esta terminología específica.

2.2.1. Modelo de Gestión GAP

La gestión está relacionada con los procesos administrativos, es decir, con la dirección de las empresas, mientras que un modelo es un patrón que se establece para orientar a todo el personal a conseguir un objetivo, mediante la aplicación de ciertos criterios científicos administrativos aceptados por la comunidad internacional.

Acerca de ello, Ruiz-Olalla, C. (2011), refiere que el “modelo de calidad del servicio es una representación de la realidad que facilita la aplicación del sentido común para añadir valor a un producto o servicio y garantizar la maximización del nivel de satisfacción de los clientes.” (Pág. 4).

El modelo de gestión GAP puede satisfacer los requerimientos de los clientes, a través del conocimiento de sus necesidades y lo que pudo suplir la compañía con el producto o servicio que le ofreció, de manera que al comparar ambos aspectos, pueda tomarse decisiones óptimas a favor de los usuarios finales.

2.2.1.1. Concepto de Gestión

La Gestión es un término que ha sido adaptado para toda el área administrativa, el cual a su vez está asociado a las actividades de la planificación, dirección y control administrativos para optimizar los recursos y procesos productivos y/o de servicios que se efectúan en las organizaciones.

Miranda, Francisco (2008) menciona que “se conoce por gestión al buen manejo existente de los recursos de los cuales dispone la organización, esto es lo que se denomina administración de recursos”. (Pág. 237).

La gestión está asociada a los factores administrativos que forman parte de los aspectos gerenciales, donde a través de las estrategias se pueden optimizar los recursos y procesos de las empresas, para beneficio de los clientes y de la competitividad de las organizaciones productivas o de servicios.

González, Manuel (2008) indica que “la gestión es la encargada de ejecutar las diferentes órdenes planificadas por la administración, la misma que es una herramienta básica, la cual se encarga de obtener algún beneficio para las personas que trabajan en la compañía”. (Pág. 7).

Los encargados de aplicar la gestión en las organizaciones son quienes también deben tomar las decisiones más importantes para el buen accionar de las empresas, lo que a su vez está asociado a la calidad de los procesos que se llevan a cabo en las empresas productivas y/o de servicios.

2.2.1.2. Modelo de Gestión. Conceptos.

Los modelos de gestión son importantes para que los directivos de las organizaciones definan sus objetivos y los mecanismos para cumplirlos a cabalidad, de modo que se pueda mejorar la eficiencia de la producción y la competitividad de las organizaciones en un mercado determinado.

Saracho, José (2008) menciona que “se puede decir que son los propósitos con los que cuenta la empresa y a su vez la forma o manera de realizar el trabajo para así poder mejorar la productividad y la competitividad”. (Pág. 15).

A través de los modelos de gestión, las empresas definen los patrones a seguir para alcanzar los objetivos que hayan sido definidos por la alta dirección y que se hayan establecido en los planes estratégicos.

Sagi-Vela, Luis (2010) determina que “los modelos de gestión se enfocan en tres pilares de la organización, estos son: los procesos, las personas y la tecnología, los mismos que son alineados con la misión, visión y valores de cada empresa”. (Pág. 35).

Los modelos de gestión establecen una relación permanente entre los recursos y los procesos organizacionales, entre los cuales se citan las actividades de la cadena de valor, tanto las principales y la interacción con las denominada complementarias, las primeras añaden valor al producto o al servicio y las segunda agregan costos.

2.2.1.3. Objetivos del modelo de gestión

Los modelos de gestión tienen objetivos bien definidos los cuales se enmarcan en la consecución de los resultados esperados por la alta dirección, entre ellos se citan la incorporación de estrategias que requieren de recursos y el emprendimiento de acciones correctivas y/o preventivas para mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios.

Rodríguez, Juan Carlos (2008) señala que “los principales objetivos del modelo de gestión son: mejorar los servicios o productos ofrecidos a los clientes, incorporar sistemas tecnológicos, los cuales ayuden en el mejoramiento e incremento de la oferta de los productos y/o servicios”. (Pág. 110).

Los modelos de gestión conllevan implícitamente el mejoramiento de los servicios y productos que son elaborados por las empresas, cuyo fin es la maximización del nivel de satisfacción de los consumidores o usuarios de los mismos.

Quinn, Robert (2009) menciona que “el modelo de gestión tiene por objetivo: formular una estrategia de alcance organizacional para el desarrollo, adquisición y aplicación del conocimiento; implantar estrategias orientadas al conocimiento; evaluar los logros obtenidos mediante la aplicación del conocimiento”. (Pág. 570).

Además, el modelo de gestión permite que el personal que forma parte de la organización afiance sus conocimientos y trabaje de una manera más coordinada, para lo cual se requiere la formulación de una estrategia que permita que se cumpla con la finalidad que promueve la alta administración.

2.2.1.4. Importancia del modelo de gestión

Los modelos de gestión son importantes porque a través de ello se puede asegurar la calidad en la producción de bienes o en la prestación de servicios, para beneficio de los clientes que se encuentran en el mercado objetivo.

Martínez, Norma (2008) indica que “la importancia del modelo de gestión se basa en el aseguramiento de la sostenibilidad en el tiempo de los negocios y empresas del mundo”. (Pág. 90).

Trabajar con base en un modelo de gestión, puede garantizar un éxito sostenido para la gerencia y para el personal que forma parte de la organización, porque el trabajo

mancomunado y coordinado que se dirija hacia la consecución de los objetivos, puede repercutir de manera positiva en la superación de la corporación.

Plaza, María Ángeles (2008) señala que “el modelo de gestión es importante debido a que ayuda en la visualización del aprendizaje individual y colectivo como línea estratégica del desarrollo de la organización”. (Pág. 11).

El modelo de gestión es además un instrumento para que la administre promueva y fomente una cultura organizacional, donde el conocimiento se transmita a todos los miembros de la corporación a través de canales de comunicación efectivos, que redunden en el éxito empresarial.

2.2.2. Técnica SERVQUAL

Una de las técnicas que puede medir la dimensión de la calidad del servicio, es aquella que se denomina SERVQUAL, la cual está asociada a una escala cuantitativa donde se otorga una calificación a cada una de las áreas y procesos donde la calidad puede ser afectada de manera significativa.

De acuerdo a Castillo Morales, Eduardo (2008), la escala multidimensional SERVQUAL, “sirve para medir la calidad del servicio, a través de una serie de ítems que están relacionados a la percepción de satisfacción de los clientes.” (Pág. 1).

La escala SERVQUAL se basa en varios ítems secuenciales que se preguntan al cliente para calificar la atención de la empresa y la percepción que tuvo el usuario acerca de la

satisfacción que le ofreció el producto o servicio, con el cual se puede conocer el nivel de calidad del bien o servicio.

2.2.2.1. Concepto de Técnica SERVQUAL

Basado en la aplicación del modelo GAP o de la calidad del servicio, se propuso como una técnica para proceder a efectuar la medición de esta variable, el empleo de la escala SERVQUAL, como un instrumento novedoso que no ha sido aplicado en la organización en referencia.

Gronroos, Christian (2010) menciona que “esta técnica fue elaborada por los profesores Zeithaml, Parasuraman y Berry, la misma que tiene el propósito de mejorar la calidad del servicio que se ofrece en determinada organización”. (Pág. 66).

Debido a que suponía mayores dificultades la medición de la calidad del servicio que la del producto, los creadores de la técnica SERVQUAL emplearon una escala donde se identifican los aspectos claves para definir en qué medida se encuentra la satisfacción del usuario.

Kotler, Philip (2010) señala que “la técnica SERVQUAL sirve para medir lo que los clientes esperan de la organización que presta un determinado servicio en cinco dimensiones tales como: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles”. (Pág. 414).

Varias de las dimensiones que pueden medirse a través de la escala SERVQUAL son el tiempo del proceso y la capacidad de respuesta para la entrega del servicio, la calidad del bien que se entrega a los clientes, la empatía del personal que realiza el montaje de la estructura

metálica, así como la garantía y otros factores que pueden afectar el nivel de satisfacción de los clientes.

2.2.2.2. Objetivos de Técnica SERVQUAL

La aplicación de la escala SERVQUAL, tiene como objetivo principal la medición de la calidad del servicio, para propiciar el establecimiento de estrategias tales como las acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar el control de los atributos que pueden afectar la satisfacción de los clientes.

Medina, Manuel (2008) menciona que “la técnica SERVQUAL, tiene por objetivo medir la calidad de servicio, así como también discutir sus propiedades y aplicaciones potenciales”. (Pág. 186).

En efecto, la medición de la calidad del servicio es una actividad clave para la organización, porque lo que realmente se logra identificar es el nivel de satisfacción de los clientes, considerando que dentro de la escala se debe tomar como referencia los atributos físicos y abstractos de los bienes y servicios.

Dichiara, Raúl (2008) señala que “el objetivo de la técnica SERVQUAL es descubrir las fortalezas y debilidades de la empresa; de calidad de servicio, la cual se basa en la calidad como una actitud, y su medición como resultado de comparar las expectativas del cliente”. (Pág. 27).

A través de la técnica SERVQUAL se puede identificar las causas de las debilidades organizacionales, lo que puede contribuir a la toma de decisiones óptimas, donde la alta

dirección puede decidir las acciones correctivas y preventivas más importantes en el plan emergente de la empresa.

2.2.2.3. Concepto de calidad

La calidad es entonces un asunto subjetivo, porque se refiere a la forma como perciben los clientes la satisfacción que sienten por el consumo de un bien o la utilización de un servicio determinado, lo cual también está relacionado con las expectativas que se hayan fijado en aquellos productos.

Deming, Edwards (2008) menciona que “calidad es el conjunto de características de los bienes y servicios que mantienen concordancia con la capacidad que tienen para la satisfacción de las exigencias y preferencias de los clientes”. (Pág. 1).

Todos los bienes y servicios que existen en el mercado, han sido creados con la misión de satisfacer diversas necesidades básicas y complementarias que tienen las personas; la preferencia hacia ciertos productos no depende de la marca, sino de su capacidad para maximizar la satisfacción que esperan los clientes.

Esto significa que la calidad puede medirse a través de lo que espera el cliente cuando adquiere un bien o servicio, versus lo que percibe cuando consumió o utilizó el producto, si la relación entre ambas es directamente proporcional, entonces se evidencia la óptima calidad de las cosas.

San Miguel, Pablo (2009) señala que “se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano por hacer bien las cosas”. (Pág. 2).

Algunos expertos han considerado que la calidad es realizar las cosas bien desde la primera vez, esto en efecto es cierto, siempre y cuando aquellos objetos concretos o subjetivos puedan satisfacer las necesidades de quienes los han adquirido, lo que significa que se elimina el despilfarro.

2.2.2.4. Concepto de servicio

La economía define a los servicios como las cosas subjetivas o abstractas que se ofertan en un mercado cualquiera, mientras que para la Gestión de Calidad se refiere a la atención que se le proporciona a los clientes.

Vargas, Martha (2008) señala que “servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”. (Pág. 3).

Los servicios son en efecto las cosas subjetivas, es decir, aquello que no se puede consumir, pero si se puede utilizar o hacer uso, entre los cuales se citan los servicios básicos, las finanzas, la mensajería, las telecomunicaciones, la educación, la salud, entre otros de gran interés para la ciudadanía.

Koenes, Avelina (2009) menciona que “se define por servicio al conjunto de actividades internas de una empresa para satisfacer las necesidades de los clientes, el mismo que es un bien pero se diferencia porque se consume en el momento que es prestado”. (Pág. 28).

La prestación de servicios la realizan las empresas que se encuentran clasificadas en la actividad económica de servicios, valga la redundancia, como por ejemplo la mayoría de

instituciones públicas que proporcionan a la población telecomunicaciones, suministro eléctrico, agua potable, entre otros, convirtiéndose esta área en una de las más importantes para la economía nacional.

2.2.2.5. Concepto de servicio al cliente

El servicio al cliente es un término que lo popularizaron las empresas japonesas y que se transportó hacia las organizaciones económicas europeas y norteamericanas, con el cual se revolucionó el accionar de las corporaciones, apareciendo el indicador de competitividad como una consecuencia de este componente de la calidad.

Paz, Renata (2008) indica que “el servicio al cliente es un elemento imprescindible para la existencia de la empresa, que constituye el centro de interés y la clave del éxito o fracaso, que es algo que se puede mejorar si se quiere hacerlo”. (Pág. 7).

El servicio al cliente es un asunto subjetivo también, pero que está referido no solo a las empresas que prestan servicios, sino a todas aquellas corporaciones que ofertan un bien en el mercado, porque se refiere a la empatía y esmero con que se atienden los pedidos de los compradores.

Londoño, Claudia (2008) menciona que “el servicio al cliente es la operación, beneficios o ayuda que se ofrecen en venta o se proporcionan junto a la venta de productos”. (Pág. 75).

Toda venta de un producto tangible o intangible lleva implícito el servicio al cliente, el cual ofrece grandes beneficios a las organizaciones, porque puede ser una de las razones de la lealtad de los compradores, además que garantiza la maximización del nivel de satisfacción de los consumidores y/o usuarios en un mercado delimitado.

2.2.3. Calidad del servicio al cliente

La calidad del servicio al cliente es un enfoque de la alta dirección que se debe transmitir a todo el personal que realiza actividades que pueden afectar la calidad del producto, para lo cual se deben aplicar estrategias de capacitación, donde el fortalecimiento de la organización tiene lugar a través del crecimiento de su activo más valioso, el talento humano.

Pérez, Vanesa (2008) indica que “la calidad del servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, el cual presenta un proceso que conlleva desde la preparación hasta las estrategias que se usan en la empresa”. (Pág. 28).

La normativa internacional de la calidad ISO 9001, establece como una de sus cláusulas el enfoque a los clientes, el cual permite que los directivos preparen el plan estratégico con la finalidad de promover acciones que se dirijan hacia la maximización de la satisfacción de los compradores.

Denton, Keith (2010) menciona que “la calidad en el servicio a los clientes describe la forma en que muchas compañías consiguen medir y evaluar el servicio, la cual no es nada fácil pero si esencial”. (Pág. 16).

La calidad del servicio al cliente puede medirse con la ayuda de escalas que fueron creadas para poder interpretar el criterio de los clientes, mediante el uso de un modelo cuantitativo sistemático, con el cual las variables cualitativas pueden calificarse de manera óptima y segura.

2.2.3.1. Objetivos de la calidad del servicio al cliente

Así como el objetivo de la técnica SERVQUAL y del modelo de gestión de la calidad del servicio GAP, tienen como objetivo conocer en qué medida se encuentra el nivel de satisfacción de los clientes, de acuerdo a sus preferencias, el objetivo de esta problemática también radica en conocer cómo percibe el cliente la calidad de lo que consume o utiliza.

Setó, Dolores (2009) señala que “los objetivos de la calidad del servicio al cliente son: la satisfacción del cliente, el mejoramiento continuo del servicio y la eficiencia en la prestación del servicio”. (Pág. 57).

Las exigencias que demandan los clientes están circunscritas en que cada día se proporcione a los clientes bienes y servicios que puedan satisfacer al máximo sus necesidades y expectativas, para que continúen adquiriendo estos productos, lo que a su vez debe impactar en un crecimiento sostenido de la organización.

Rivier, Juan (2010) indica que “la calidad del servicio al cliente tiene por objetivo: contar con un personal altamente capacitado; que debe estar comprometido con la calidad y la excelencia, contar con proveedores que presten servicios y productos de calidad para lograr compromisos mutuos”. (Pág. 101).

Para mantener un alto estándar de calidad en la producción de bienes y servicios, así como en la atención al cliente, es necesario que la organización cuente con personal preparado, tecnología de punta, infraestructura adecuada, recursos disponibles, procesos controlados y eficientes, medio ambiente armónico, todo ello enfocado en servir de la mejor manera a los clientes, para llenar sus expectativas y cumplir con sus preferencias.

En resumen, la calidad del servicio al cliente se puede medir a través de una escala de medición donde se ponga énfasis en los diferentes aspectos que son de relevancia porque pueden beneficiar la satisfacción de los clientes, que es la principal medida para determinar si un producto tiene altos estándares de calidad.

2.2.4. Marco legal

Una de las principales normativas legales en la cual se fundamenta la presente investigación hace referencia a la Constitución de la República del Ecuador.

El artículo 52 hace referencia que los seres humanos apelan al derecho de disponer de servicios y bienes de buena calidad y con la disponibilidad de elegirlos libremente, así como a una información verdadera y no falsa sobre su contenido y características.

La ley constituye los equipos de control de calidad y los procedimientos de protección de las clientelas y las penas por violación de estos derechos, la reparación y compensación por perjuicios, la mala calidad de bienes y servicios y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

El artículo 53 señala que las compañías u organizaciones que ofrecen servicios públicos deben agregar sistemas de medición de complacencia a los consumidores, y poner en práctica métodos de atención y satisfacción.

Otra de las normativas a las que hace referencia la fundamentación legal de la investigación es la norma ISO 9001:2008, la cual se fundamenta en el numeral 5.2 o enfoque al cliente y el numeral 8.2.1., que concierne al seguimiento y medición del nivel de satisfacción del cliente.

El artículo 5.2. De la norma ISO 9001 que se refiere al enfoque al cliente, manifiesta que la organización debe asegurar la maximización continua del nivel de satisfacción de los clientes, mientras que el numeral 8.2.1. Que se refiere a la medición y seguimiento de la satisfacción de los usuarios, explica que la retroalimentación es una de las dimensiones utilizadas para la medición de la percepción de la satisfacción de los compradores de los bienes y servicios, además de ser un instrumento clave para la toma de decisiones en las instituciones.

2.3. HIPÓTESIS O ANTICIPACIONES HIPOTÉTICAS

Se podrá Mejorar la calidad del servicio en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA con la Aplicación de un Modelo de Gestión GAP con la técnica SERVQUAL.

2.4. VARIABLES O CRITERIOS DE INVESTIGACIÓN.

Variable independiente: Modelo de Gestión GAP, Escala SERVQUAL.

Variable dependiente: Medición de la Calidad del servicio.

2.5. INDICADORES

- Capacidad de respuestas (tiempo de entrega)
- Tiempo de montaje de la estructura
- Cumplimiento de atributos del producto (estructuras)
- Atención directa de las necesidades del cliente

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. UNIVERSO MUESTRAL

La población de la investigación está conformada por los clientes y el personal de la empresa, que suman alrededor de 40 clientes y 21 colaboradores.

La muestra es igual al universo de la investigación, debido a que ambos grupos poblacionales son menores a 100 elementos, entonces la muestra y el universo son iguales, es decir, a 40 clientes y al Jefe que está a cargo de los 21 colaboradores.

3.2. MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.2.1. Métodos de investigación

En el desarrollo de la presente investigación se aplican los siguientes tipos:

La **investigación descriptiva** analiza la problemática de los reclamos de los clientes, desde una perspectiva de la calidad del servicio, para determinar las causas por las cuales se identificaron no conformidades en el mismo y proceder a la evaluación de las mismas y de sus consecuencias, con base en el empleo de técnicas e instrumentos que faciliten la comprobación de la hipótesis.

Se aplicó también la **investigación explicativa**, porque se relacionó dos variables que fueron el modelo de gestión GAP y la calidad del servicio al cliente.

Se utilizó la **investigación bibliográfica o documental**, para fundamentar el presente proyecto de Investigación, con base en las principales teorías y criterios de los expertos referentes al modelo de Gestión GAP y su impacto en la calidad del servicio al cliente, para lo cual se utilizó textos físicos y electrónicos, así como información de revistas del internet y registros de la empresa MOGUSA.

Además se empleó la **investigación de campo**, para realizar el análisis particular de la información directamente a los involucrados directos del estudio, para contar con los datos que contribuyan a la comprobación de la hipótesis y a la emisión de conclusiones y recomendaciones.

Con relación a los métodos que se aplican en la presente investigación, se citan los siguientes:

Método hipotético – deductivo: Se describió teóricamente el problema analizando los reclamos de los clientes de modo general y las principales conceptualizaciones de las variables, para luego realizar un estudio particular a cada uno de los involucrados en la problemática de la calidad del servicio, como en este caso son los clientes y el personal de la empresa, para aprobar o rechazar la hipótesis planteada previo al análisis de los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento.

Método analítico: Se aplicó el análisis de la información recopilada con el instrumento formulado a los clientes y el personal de la empresa, con cuyos datos se pudo contar con una fuente fidedigna para la interpretación de los mismos.

Método sintético: Se tomó los resultados de la encuesta aplicada a los clientes y el personal de la empresa, para con ellos verificar la hipótesis de la investigación y realizar la síntesis de las conclusiones y recomendaciones.

3.3. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Para el desarrollo de la investigación de campo, se aplican las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos:

La encuesta: que se formula directamente a los clientes y al personal de la empresa MOGUSA involucrados en el estudio, para determinar su nivel de percepción acerca de la calidad del servicio que ofrece la compañía en la oferta de sus productos y servicios.

El cuestionario: que se refiere a la aplicación de la escala SERVQUAL para la recopilación de la información proveniente de los clientes y del personal de la empresa MOGUSA.

3.4. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el proceso de información se ejecutaron los siguientes pasos:

- a) Se seleccionó y clasificó los resultados de las encuestas y entrevista.
- b) Se integró los antecedentes logrados en el Programa Microsoft Excel.
- c) Se obtuvo cuadros y gráficos de los resultados.
- d) Se ejecutó el pertinente análisis de los resultados.

3.5. RECURSOS: INSTRUMENTALES, CRONOGRAMAS, PRESUPUESTOS.

**CUADRO No.1
PRESUPUESTOS**

DETALLE	INGRESOS	GASTOS		
		Cantidad	Valor /unidad	Valor total
Laptop	Ingresos propios	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050
Papel Bond		4	\$ 3,50	\$ 14
CD'S		5	\$ 0,50	\$ 3
Carpetas		10	\$ 0,25	\$ 3
Anillados		5	\$ 1,00	\$ 5
INTERNET		100	\$ 0,75	\$ 75
Impresiones		500	\$ 0,20	\$ 100
Copias		2000	\$ 0,05	\$ 100
Encuestas		40	\$ 2,50	\$ 100
Llamadas telefónicas		3	\$ 25,00	\$ 75
Transporte		3	\$ 50,00	\$ 150
			TOTAL	\$ 1.674,00

Fuente: Propio

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

REFLEXIÓN

La realización de este proyecto de investigación marco significativamente mi vida como estudiante, ya que fundamente los conocimientos obtenidos hasta ahora en mi etapa formativa. Todos mis logros me han hecho comprender que el que persevera triunfa y no nos podemos dejar vencer por ningún obstáculo que se interponga en nuestro camino.

GRÁFICO No.1

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	MARZO			ABRIL			MAYO				JUNIO				JULIO			AGOSTO				SEPTIEMBRE			OCTUBRE									
	9	16	23	30	6	13	20	27	4	6	11	18	25	27	1	8	15	21	28	6	13	20	27	4	11	17	24	31	14	21	28	5	19	
Introducción, resumen, diagnóstico																																		
Definición del problema, Justificación																																		
Objetivos generales, objetivos específicos, intencionalidad																																		
Marco teórico																																		
Marco Legal, hipótesis, variables e indicadores.																																		
Formulación de encuestas, tabulación, propuesta.																																		
Estudio técnico, evaluación económica y financiera del proyecto, estados de resultados.																																		
Conclusiones y recomendaciones																																		

Fuente: Propio
Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

3.6. RESULTADOS - PRODUCTOS

3.6.1. Resultados de la encuesta aplicada a los clientes

Tipo de Establecimiento

Cuadro No.2

Tipo de Establecimiento

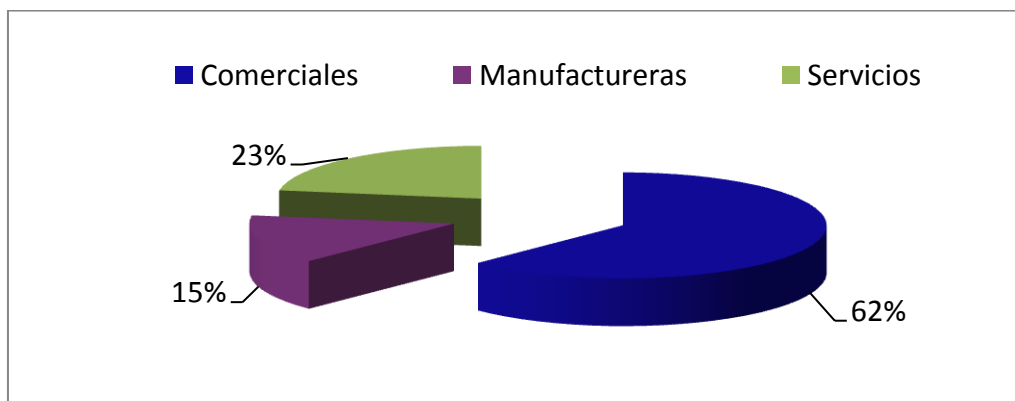
Descripción	Frecuencia	%
Comerciales	25	62%
Manufactureras	6	15%
Servicios	9	23%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.2

Tipo de Establecimiento



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación al tipo de establecimiento se obtienen los siguientes resultados; el 62% son representantes de empresas Comerciales, el 23% son empresas de Servicio y el 15% empresas Manufactureras. De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia que la empresa MOGUSA ofrece los servicios de montajes mecánicos a organizaciones de diferentes tipos como son Comerciales, Manufactureras y de Servicios.

1) ¿Cómo percibió la atención del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.3

Percepción de la atención del personal de la empresa

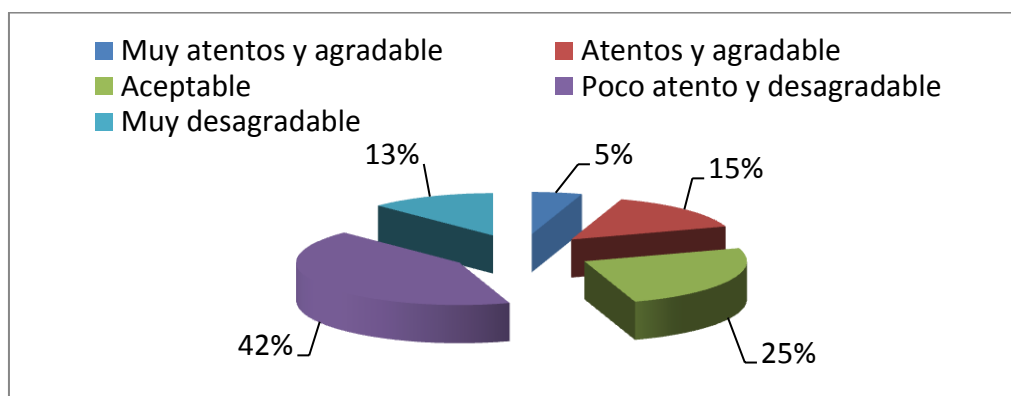
Descripción	Frecuencia	%
Muy atentos y agradable	2	5%
Atentos y agradable	6	15%
Aceptable	10	25%
Poco atento y desagradable	17	43%
Muy desagradable	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.3

Percepción de la atención del personal de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la percepción de la atención del personal de la empresa, el 42% manifestó que la atención es poca atenta y desagradable, el 25% señala que es aceptable, el 15% indica que son atentos y agradables, el 13% manifiesta que la atención es muy desagradable y el 5% señala que fueron muy atentos y agradables. La empresa ofrece servicios de diseño, fabricación, montaje, reparación y mantenimiento de estructuras metálicas, piezas metálicas y construcción en general, por lo tanto los servicios que ofrece son varios y es necesario que se brinde atención de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes para evitar reclamos.

- 2) ¿Cómo encontró la vestimenta del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.4

Estado de la vestimenta del personal de la empresa

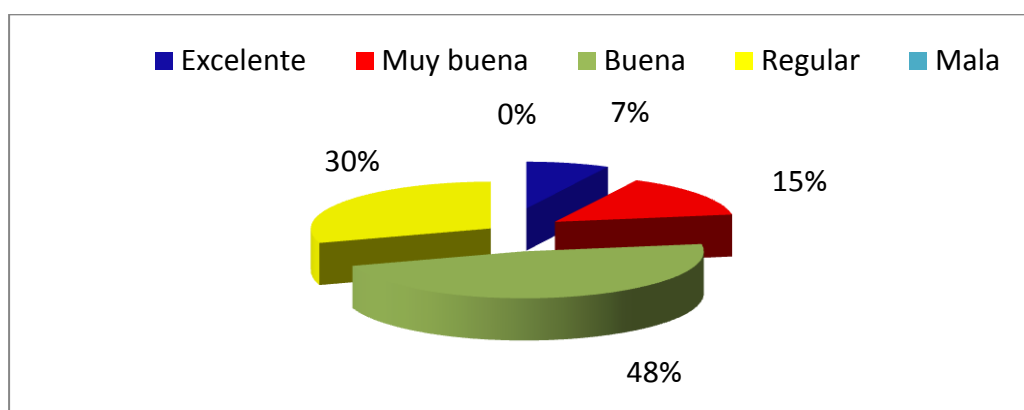
Descripción	Frecuencia	%
Excelente	3	8%
Muy buena	6	15%
Buena	19	48%
Regular	12	30%
Mala	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.4

Estado de la vestimenta del personal de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la vestimenta del personal de la empresa, el 48% señala que la vestimenta de los colaboradores es buena, el 30% manifiesta que es regular, el 15% indica que es muy buena y el 7% expresa que es excelente. Los hallazgos evidencian que los clientes no han sentido satisfacción con la vestimenta de los colaboradores que prestan sus servicios en la empresa MOGUSA, esto se debe a que la empresa no dispone de un modelo adecuado para mejorar los objetivos empresariales.

- 3) ¿Qué impresión le dejó el aseo y la higiene que practicó el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, en sus instalaciones, durante el montaje de la infraestructura que solicitó?

Cuadro No.5

Impresión con el aseo y la higiene de la empresa

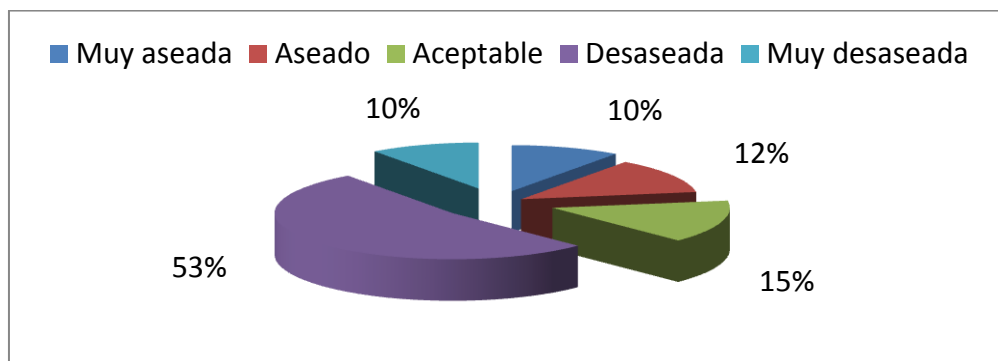
Descripción	Frecuencia	%
Muy aseada	4	10%
Aseado	5	13%
Aceptable	6	15%
Desaseada	21	53%
Muy desaseada	4	10%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.5

Impresión con el aseo y la higiene de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la impresión de los clientes con relación al aseo y la higiene de la empresa se obtuvo los siguientes resultados; el 53% indica que la empresa se encontraba desaseada, el 15% señala que es aceptable, el 12% indica que la empresa estaba aseada, el 10% muy desaseada y el 10% considera que la empresa es muy aseada. Los resultados permiten conocer que los clientes se sienten insatisfechos con el aseo y la higiene que practicó el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, en sus instalaciones, durante el montaje de la infraestructura.

4) ¿Cómo percibió el desempeño del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.6

Percepción del desempeño del personal de la empresa

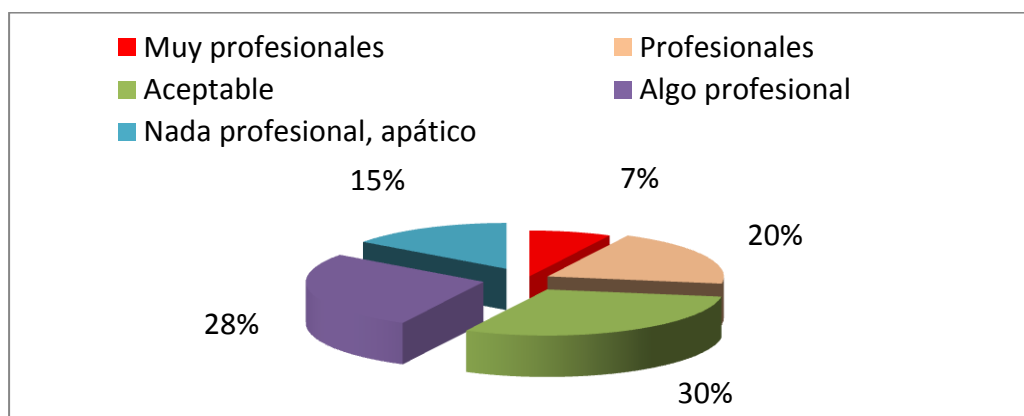
Descripción	Frecuencia	%
Muy profesionales	3	8%
Profesionales	8	20%
Aceptable	12	30%
Algo profesional	11	28%
Nada profesional, apático	6	15%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.6

Percepción del desempeño del personal de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Se consultó a los clientes sobre la percepción del desempeño del personal de la empresa obteniendo los siguientes resultados; el 30% indica que es aceptable, el 28% considera que es algo profesional, el 20% manifiesta que son profesionales, el 15% señala que no es profesional y el 8% considera que son muy profesionales. Los clientes que han acudido a la empresa consideran que el personal que labora realizando los servicios de montaje y mantenimiento se han desempeñado de forma aceptable, sin embargo se han presentado inconformidades con los diseños de la construcción y mantenimiento de las estructuras metálicas, ocasionando insatisfacción en los usuarios.

- 5) ¿Qué opinión le merece la velocidad del trabajo realizado por el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.7

Velocidad en la entrega del trabajo

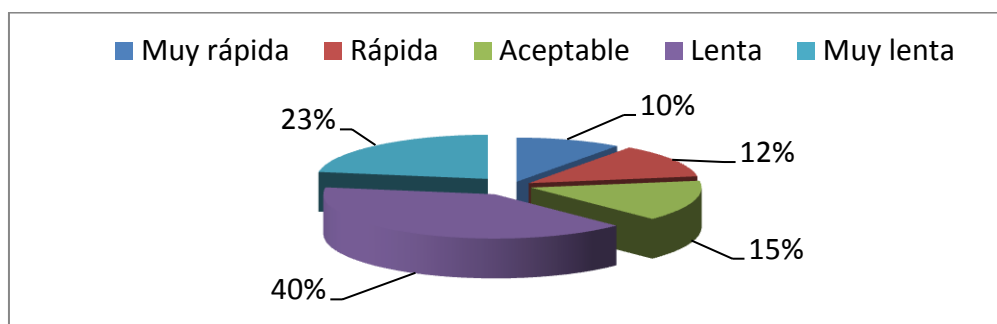
Descripción	Frecuencia	%
Muy rápida	4	10%
Rápida	5	13%
Aceptable	6	15%
Lenta	16	40%
Muy lenta	9	23%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.7

Velocidad en la entrega del trabajo



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la rapidez en la entrega de los trabajos, el 40% indica que la entrega del trabajo es lenta, el 23% señala que es muy lenta, el 15% manifiesta que es aceptable, el 12% considera que es rápida y el 10% señala que es muy rápida. Los resultados obtenidos evidencian que la entrega del trabajo es lenta, por lo tanto no se entrega la obra en el tiempo acordada ocasionando la insatisfacción en los usuarios del servicio, lo que puede ser ocasionado por las limitaciones de los recursos tecnológicos que no permiten mejorar el proceso de toma de datos de las dimensiones de los clientes.

- 6) ¿Qué opinión le merece el tiempo en que entregó el trabajo la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.8

Opinión sobre el tiempo de entrega del trabajo

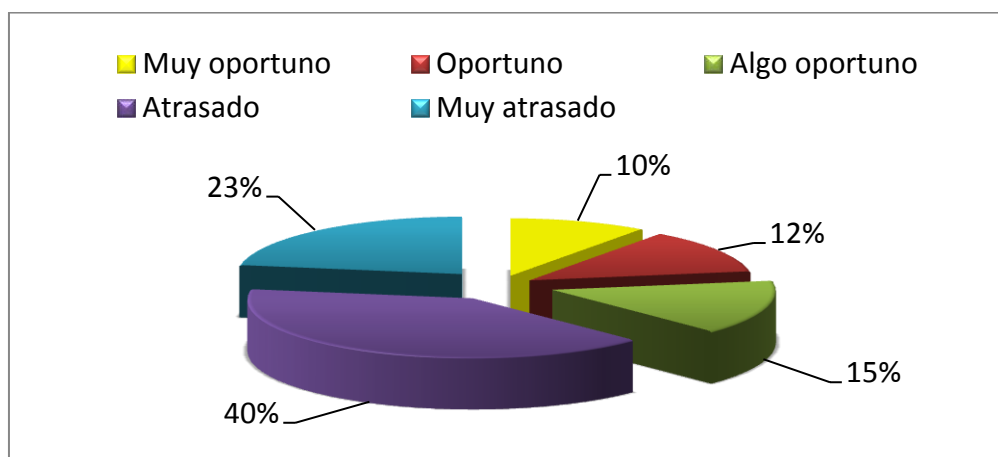
Descripción	Frecuencia	%
Muy oportuno	4	10%
Oportuno	5	13%
Algo oportuno	6	15%
Atrasado	16	40%
Muy atrasado	9	23%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.8

Opinión sobre el tiempo de entrega del trabajo



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación al criterio de los clientes sobre el tiempo de la entrega del trabajo, el 40% indica que la entrega fue atrasada, el 23% señala que fue muy atrasada, el 15% recibió el trabajo algo oportuno, el 12% de forma oportuna y el 10% muy oportuno. Los resultados evidencian que la entrega del trabajo fue atrasada, lo que se atribuye a la falta de recursos tecnológicos para mejorar el proceso de toma de datos de las dimensiones solicitadas lo que afecta a la competitividad de la empresa en el mercado.

7) ¿Qué opinión le merece la tecnología utilizada por la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.9

Opinión sobre la tecnología utilizada por la empresa

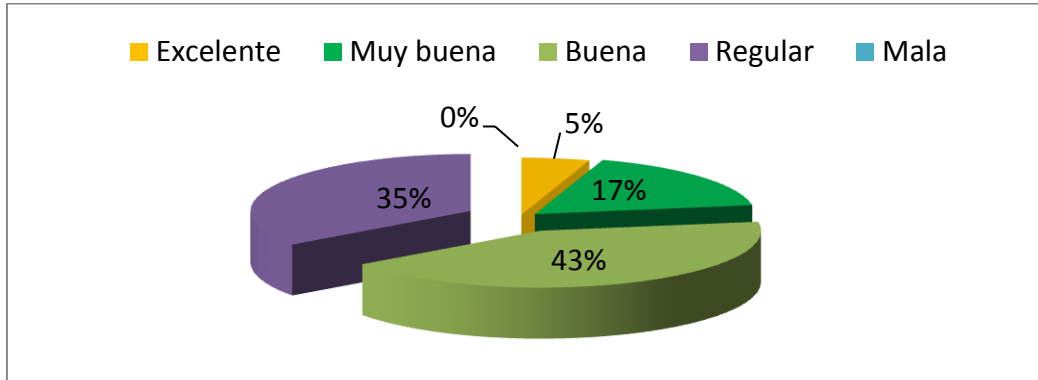
Descripción	Frecuencia	%
Excelente	2	5%
Muy buena	7	18%
Buena	17	43%
Regular	14	35%
Mala	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.9

Opinión sobre la tecnología utilizada por la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Se consultó a los clientes sobre la tecnología utilizada por la empresa, el 43% opinan que es muy buena, el 35% considera que es regular y el 17% señala que la tecnología es muy buena. Los clientes manifiestan que la empresa no cuenta con la tecnología suficiente para realizar los trabajos de montajes mecánicos, por lo tanto tiene recursos tecnológicos limitados que no permiten mejorar los procesos en la toma de datos de las dimensiones de los trabajos, por lo que se encuentra descoordinación en los pedidos realizados y los entregados, generando la insatisfacción en los clientes que ven con molestia la repetición del proceso de diseño y la demora ocasionada.

8) ¿Qué opina acerca de la comunicación e información con el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.10

Opinión sobre la comunicación e información con el personal

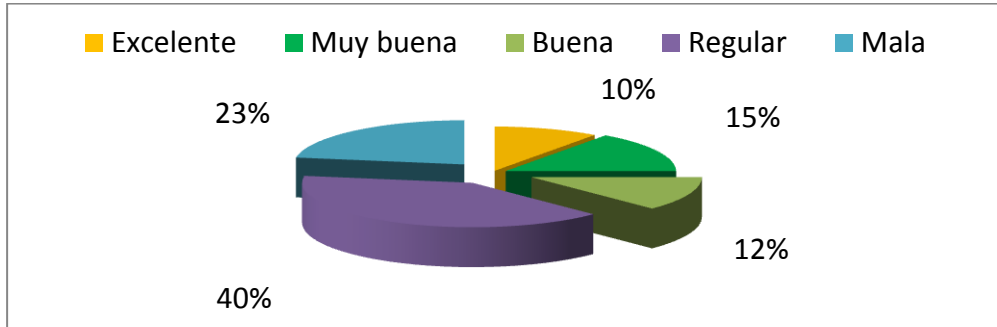
Descripción	Frecuencia	%
Excelente	4	10%
Muy buena	6	15%
Buena	5	12%
Regular	16	40%
Mala	9	23%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.10

Opinión sobre la comunicación e información con el personal



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

El 40% indica que la comunicación e información con el personal es regular, el 23% indica que es mala, el 15% es muy buena, el 12% manifiesta que es buena y el 10% opina que la comunicación e información es excelente. Los clientes de la empresa de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA consideran que la comunicación e información con el personal es regular por lo tanto no se manejan de forma adecuada las relaciones entre los usuarios y colaboradores, ocasionando insatisfacción en la entrega de los pedidos contribuyendo al incremento del reproceso y a la disminución de la eficiencia.

9) ¿En su opinión ¿Qué tan bueno es el producto y/o servicio que le ofreció la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.11

Opinión sobre el producto y/o servicio de la empresa

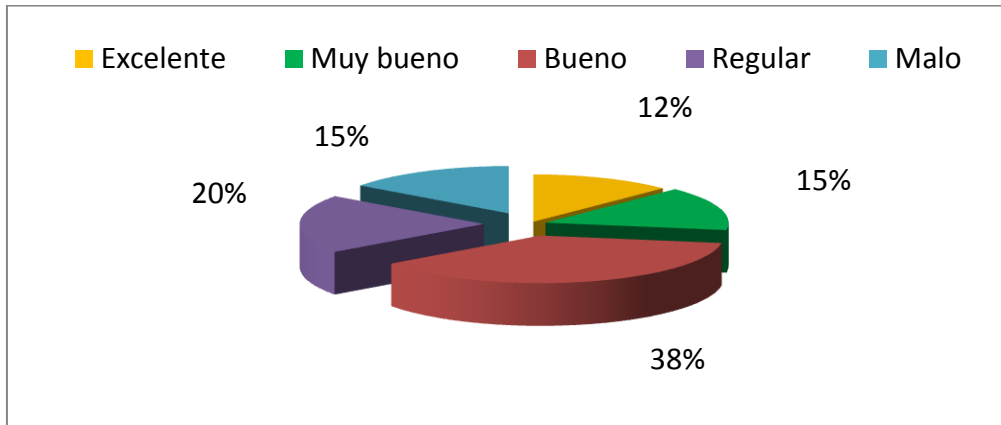
Descripción	Frecuencia	%
Excelente	5	12%
Muy bueno	6	15%
Bueno	15	38%
Regular	8	20%
Malo	6	15%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.11

Opinión sobre el producto y/o servicio de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

El 38% considera que el producto es bueno, el 20% manifiesta que es regular, el 15% señala que es malo, el 15% expresa que es muy bueno y el 12% indica que es excelente. Los clientes de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA coinciden en que el producto y/o servicios de la empresa son buenos, sin embargo se han presentado algunas irregularidades en el diseño de las estructuras metálicas y otros productos lo que ha ocasionado que los usuarios se sientan insatisfechos y la empresa pierda competitividad.

10) ¿Cómo percibió el precio que le cobró la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.12

Percepción sobre el precio de los servicios de la empresa

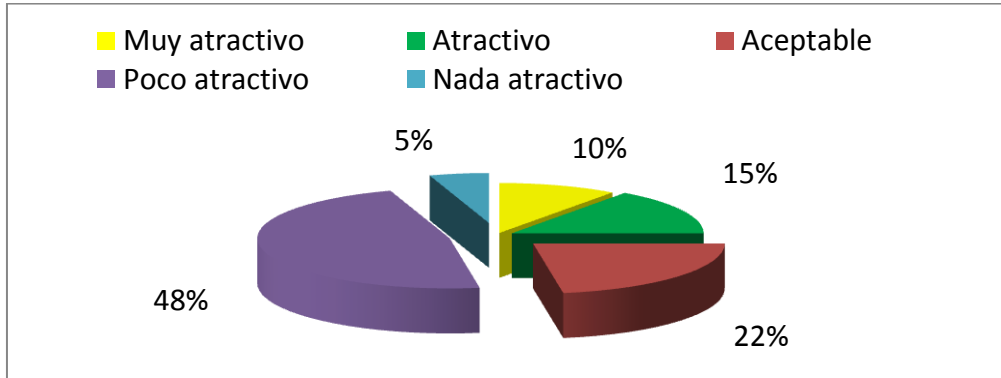
Descripción	Frecuencia	%
Muy atractivo	4	10%
Atractivo	6	15%
Aceptable	9	22%
Poco atractivo	19	48%
Nada atractivo	2	5%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.12

Percepción sobre el precio de los servicios de la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la percepción del precio de los servicios de la empresa, el 48% indica que es poco atractivo, el 22% señala que es aceptable, el 15% considera que es atractivo, el 10% manifiesta que es muy atractivo y el 5% opina que es nada atractivo. Los clientes manifiestan que el precio que deben cancelar por los diferentes servicios como el diseño de estructuras y montaje es poco atractivo, por lo tanto este es otro de los factores que no permiten que los usuarios sientan motivación y satisfacción al momento de requerir los servicios de la empresa por la disminución de la eficiencia y el incremento de los precios.

11) En resumen, ¿cómo califica a la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.13

Calificación que le otorga a la empresa

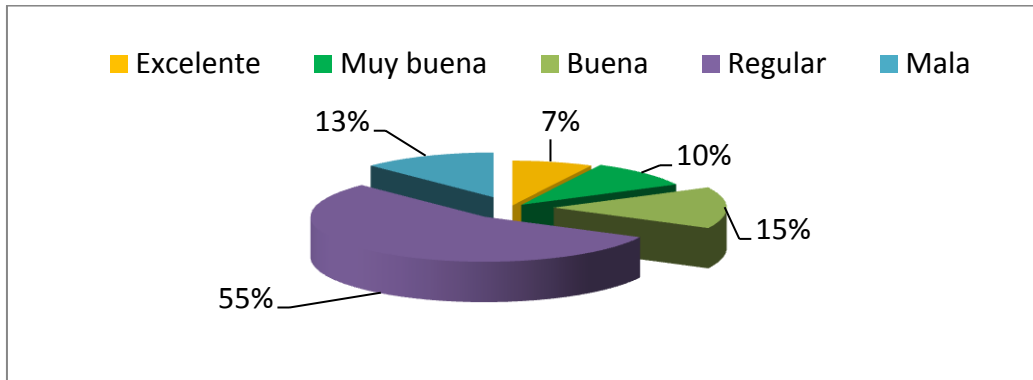
Descripción	Frecuencia	%
Excelente	3	7%
Muy buena	4	10%
Buena	6	15%
Regular	22	55%
Mala	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.13

Calificación que le otorga a la empresa



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Con relación a la calificación que le otorga a la empresa, el 55% califica a la empresa como regular, el 15% lo califica como bueno, el 10% muy buena, el 13% manifiesta que es mala y el 7% señala que es excelente. La calificación que los clientes otorgan a la empresa por los servicios de diseño, fabricación, montaje, reparación y mantenimiento de estructuras metálicas, piezas metálicas y construcción en general es regular, por lo tanto es notorio el malestar e insatisfacción de los usuarios del servicio de metalmecánica lo que ha originado constantes reclamos de los compradores por las demoras en la entrega y por no cumplir con las especificaciones señaladas.

12) ¿Recomendaría a otra empresa a solicitar los servicios de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

Cuadro No.14

Recomendaría a otra empresa el servicio de MOGUSA

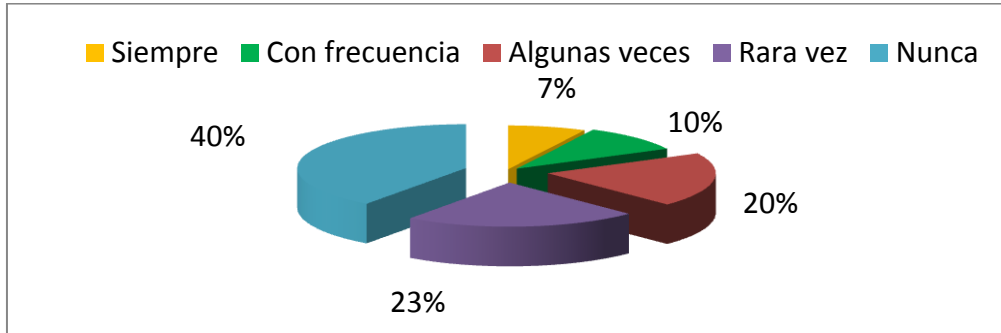
Descripción	Frecuencia	%
Siempre	3	7%
Con frecuencia	4	10%
Algunas veces	8	20%
Rara vez	9	23%
Nunca	16	40%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Gráfico No.14

Recomendaría a otra empresa el servicio de MOGUSA



Fuente: Encuesta a los clientes.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Se consultó a los clientes sobre la decisión de recomendar a la empresa a otras empresas, obteniendo los siguientes resultados; el 40% nunca lo haría, el 23% rara vez, el 20% algunas veces, el 10% la recomendaría con frecuencia y el 7% siempre la recomendaría. Los usuarios han señalado que no recomendarían a la empresa, porque han notado que no se está cumpliendo con los procesos adecuados, el personal presenta bajo rendimiento laboral, las piezas no cumplen las especificaciones requeridas y permanentemente se presentan demoras en la entrega del producto, por lo tanto la empresa pierde credibilidad, competitividad y productividad.

3.6.2. Resultados de la entrevista aplicada al personal

1) ¿Cuál es el proceso operativo para la construcción de estructuras metálicas en el domicilio del cliente?

- Se recibe la solicitud de los clientes (construcción de estructura metálica o mantenimiento de las mismas).
- Si se trata de la construcción de una estructura metálica, se toma las medidas, luego se diseña la misma y se la presenta al cliente.
- El cliente corrige y con ello solicita la cotización del trabajo.
- La empresa cotiza la solicitud del cliente.
- El cliente aprueba o desaprueba la cotización.
- La empresa planifica el trabajo de construcción de la estructura metálica o de su mantenimiento.
- Desplazamiento hacia las instalaciones del cliente.
- Comunicación con el cliente.
- Ingreso a las instalaciones y ocupación del espacio para montaje de máquinas.
- Operación para construcción o mantenimiento de estructuras metálicas.
- Entrega del trabajo.
- Factura del producto o servicio.

2) ¿Dispone de los recursos materiales necesarios en el momento preciso?

No siempre, en la mayoría de las veces se disponen los recursos materiales, pero cuando hace falta stock de materias primas indispensables, puede paralizarse el trabajo y demorar la entrega del producto.

3) ¿Ha sido capacitado para mejorar continuamente el proceso productivo y atender satisfactoriamente a los clientes?

No, la empresa no capacita a su personal, ni operativo ni tampoco al administrativo.

4) ¿Dispone la empresa de la tecnología apropiada para aumentar la productividad en el proceso productivo?

Sí, la empresa mantiene diversos equipos que han sido actualizados, por ejemplo, tiene una cortadora de metal, una dobladora, equipos de soldadura eléctrica y autógena, extensiones en buen estado, así como hardware y software para llevar el registro de los datos de las mediciones y aplicar el diseño en CAD.

5) ¿Se planifican los trabajadores de manera sistemática y secuencial?

Sí, se planifican los trabajos, pero la desorganización depende más bien de la cancelación de los trabajos por parte de los clientes, porque si ellos se atrasan, entonces se decide iniciar con otros clientes, modificándose la planificación.

6) ¿Considera que es necesaria la aplicación de un modelo de gestión para medir y mejorar continuamente la calidad del servicio que se ofrece a los clientes?

Sí, porque la empresa nunca ha realizado una retroalimentación al cliente y es necesario efectuarlo, por lo que se debe buscar un método apropiado para conocer cuán satisfecho se encuentra el cliente con el servicio que le ofreció el personal de MOGUSA.

3.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Analizados e interpretados los resultados de la encuesta que fueron aplicadas a los clientes de la empresa MOGUSA, se procedió a realizar la discusión de los resultados obtenidos para luego verificar la hipótesis de la investigación, para lo cual se efectuará un resumen de las respuestas de los usuarios del servicio que oferta la compañía.

Se pudo conocer que casi las dos terceras partes (62%) de los clientes son establecimiento comerciales, como por ejemplo Importadora El Rosado, Tía, Supermaxi, Almacenes De Prati, entre otros, quienes se dedican al proceso de venta de mercaderías en órdenes variados como es el caso de alimentos, vestimenta, artículos de ferretería, entre otros.

Se constató que el 56% de los clientes percibió como poco atentos al personal de MOGUSA, además que no les dejó una buena impresión, al 63% de los compradores del servicio de metalmecánica, el aseo y la higiene que practicaron los operadores de esta compañía, quienes en el 43% de los casos, se mostraron insatisfechos con el profesionalismo mostrado por los colaboradores de la organización en estudio, a pesar que el 70% de los clientes se mostró satisfecho con la vestimenta o uniforme del personal evaluado.

Con relación a la rapidez del trabajo, el 63% de los clientes manifestó que el personal de la empresa MOGUSA no es ágil, lo que fue una de las causas para que el trabajo solicitado por ellos haya sido entregado de manera tardía por esta organización, causando perjuicios a la compañía cliente que no pudo beneficiarse del producto o servicio que solicitó.

En cuanto a la tecnología empleada por el personal de la empresa MOGUSA en las instalaciones de la empresa compradora del producto y/o servicios, el 65% de los clientes

consideró que esta es buena o aceptable, lo que también hace referencia a los sistemas informáticos utilizados por el personal en el ejercicio de sus funciones.

Cabe destacar que los clientes en el 63% de los casos consideraron como regular o mala la comunicación entre sus colaboradores y el personal de la compañía MOGUSA, significando ello que existe déficit en este aspecto, cuyas limitaciones deben estar afectando la empatía y la atención al cliente.

A pesar de lo mencionado, solo el 35% de los clientes consideró que el producto que le entregó la empresa fue de mala calidad, mientras que un 65% lo consideró bueno o muy bueno, debido a que a pesar de los factores que afectaron la calidad del servicio, por concepto de la atención al cliente, el producto en cambio fue percibido como satisfactorio, pero el 53% no estuvo de acuerdo con su precio, a pesar de ello canceló el mismo de manera correcta.

En resumen, el 68% de los clientes consideró que a pesar de que el producto que le entregó la empresa es de buena calidad, sin embargo, la atención al cliente no es satisfactoria, por ello el 63% de los clientes no recomendarían los servicios de MOGUSA a sus conocidos, lo que puede afectar la competitividad de la empresa.

Con ello se pudo comprobar que MOGUSA necesita la aplicación de un Modelo de Gestión GAP con la técnica SERVQUAL para medir eficientemente la calidad del servicio al cliente, comprobándose la hipótesis de la investigación, mediante la última pregunta de la entrevista aplicada al personal de la organización en estudio.

CAPÍTULO IV

4. INFORME TÉCNICO FINAL

4.1. PROPUESTA

La propuesta incluye la aplicación de la escala SERVQUAL a los clientes y el diseño del modelo de Gestión GAP en la empresa, para mejorar la coordinación entre las diferentes áreas involucradas en los reclamos de los clientes y establecer un método para la medición de la calidad del servicio, que garantice la maximización del nivel de satisfacción de los clientes.

Para el efecto, se ha planteado en primer lugar los objetivos de la alternativa de solución propuesta, para continuar con la descripción de la importancia, la factibilidad y proseguir con el detalle del Modelo de Gestión GAP, en cuyo texto se aplica la técnica SERVQUAL, para medir la calidad del servicio, con relación a la percepción del cliente que se pudo identificar con los resultados de la encuesta aplicada en el capítulo anterior.

4.2. IMPORTANCIA.

De acuerdo a lo manifestado en la norma de calidad ISO 9001, la calidad es un parámetro medible, por ello los objetivos organizacionales referidos a esta materia, deben ser cuantificables, es decir, que se debe identificar en qué nivel se encuentra la percepción del cliente, acerca de la calidad del servicio que ofrece MOGUSA.

Por esta razón, la propuesta para el diseño de un Modelo de Gestión GAP con base en la aplicación de la técnica SERVQUAL, es relevante para el mejoramiento de la calidad del

servicio en MOGUSA, porque a través de la medición de este parámetro, se puede tomar las decisiones más convenientes para garantizar la maximización del nivel de satisfacción de los clientes.

4.3. FACTIBILIDAD.

Los resultados de la investigación evidenciaron que tanto los clientes como el personal de la empresa están de acuerdo en que MOGUSA implemente un Modelo de Gestión GAP con base en la aplicación de la técnica SERVQUAL, para medir eficientemente la calidad del servicio y contribuir con la toma de decisiones acertada, en beneficio del cliente, del personal y de la propia organización.

En el ámbito legal, el Modelo de Gestión propuesto, está fundamentado en la legislación vigente en la actualidad, lo que significa que tanto la Constitución de la República, como el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), así como el Plan Nacional del Buen Vivir, que forman parte de los cuerpos legales vigentes a nivel nacional, guardan conformidad con la propuesta, debido a que los principios constitucionales establecen que los servicios deben ser de calidad.

Técnicamente, las normas de calidad establecen que las organizaciones productivas o de servicio deben medir la percepción de los clientes, para asegurar que sus procesos guardan conformidad con las exigencias de los organismos nacionales e internacionales, además de garantizar a los clientes la maximización de la satisfacción de sus expectativas.

Además, la autora cuenta con los recursos económicos suficientes para poner en marcha la propuesta del diseño del Modelo de Gestión GAP con base en la aplicación de la técnica

SERVQUAL, lo que garantiza su puesta en marcha, porque tiene la autorización de los principales directivos de MOGUSA.

4.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Debido a que la propuesta del Modelo de Gestión GAP con base en la aplicación de la técnica SERVQUAL, es factible y viable para su puesta en marcha, así como por la importancia que tiene para la empresa y para sus clientes, se procede a cumplir con los objetivos de la alternativa de solución.

Por este motivo, en las siguientes páginas se procede a elaborar el Modelo de Gestión GAP, aplicando la técnica antedicha, que es el SERVQUAL.

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 1 de 9

**MODELO DE GESTIÓN
DE LA
CALIDAD
DEL
SERVICIO SERVQUAL**

MONTAJES MECÁNICOS GUTIÉRREZ S.A. MOGUSA

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 2 de 9

ÍNDICE

1. Portada	1
2. Índice	2
3. Introducción	3
4. Alcance	4
5. Objetivo	4
6. Responsabilidad	4
7. Marco legal	4
8. Política	5
9. Misión	5
10. Visión	5
11. Modelo GAP	6
12. Instructivo del sistema de retroalimentación del cliente	7
13. Registros	8
14. Aplicación práctica del modelo SERVQUAL	9

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 3 de 9

INTRODUCCIÓN

Dentro del Modelo de Gestión se enfocan tres pilares de la organización, estos son: los procesos, las personas y la tecnología, estos se alinean a la misión, visión y valores, establecen una relación permanente entre los recursos y los procesos organizacionales, tiene el propósito de mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización, en base a cinco dimensiones como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles y en los preceptos de la ISO 9001.

El modelo en mención permite que el personal que es parte de la organización afiance sus conocimientos y trabaje de una manera coordinada, lo que precisa formular una estrategia que permita cumplir con la finalidad que promueve la atención de los clientes. El Modelo de Gestión GAP con la aplicación de la técnica SERVQUAL comprende una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las manifestaciones de los clientes del servicio, con lo que se puede evaluar y sirve como instrumento de mejora y de comparación, siendo necesario la retroalimentación para conocer las necesidades de los usuarios y minimizar la problemática.

Con la aplicación del modelo de gestión no solo se mejorará la calidad del servicio al cliente, quienes maximizarán su nivel de satisfacción por los bienes y servicios que reciben de la empresa, siendo ellos los principales beneficiarios, sino que también se fortalecerá la coordinación y el desempeño de los trabajadores quienes también percibirán una mayor estabilidad y condiciones de trabajo, mientras que la compañía fortalecerá su imagen para ser más competitiva en el mercado.

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 4 de 9

ALCANCE

El Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL, tiene alcance para todas las áreas de Montajes Mecánicos Gutiérrez donde se realicen actividades con la calidad de la atención al cliente, considerando un año como periodo de duración.

OBJETIVO

Tiene el objetivo de mejorar los servicios y productos elaborados en la empresa, además de maximizar el nivel de satisfacción de los clientes o usuarios del servicio de construcción, operaciones, montaje de la estructura metálica.

RESPONSABILIDAD

Los responsables directos de la aplicación del actual modelo de gestión con técnica SERVQUAL, serán el Gerente General de la empresa y el Supervisor de la fabricación y producción del servicio ofrecido por Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador: Art. 52 y 53

Plan del Buen Vivir: Objetivos No. 3 y No. 10

Ley General de Seguro, Decreto Supremo N° 1147 del año 2010:

Normas de Calidad ISO 9001:2008, numeral 8.2.1

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 5 de 9

POLÍTICA

Mediante el Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL, se busca que se maximice el nivel de satisfacción del cliente, mediante la aplicación de técnicas que apliquen el personal operativo de la empresa para ofrecer servicio que maximice la satisfacción de los clientes, mejorando el desempeño, comunicación, tiempo de la atención, puntualidad en la entrega de obras.

MISIÓN

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA., tiene amplios conocimientos en el mercado metalmecánico fabricando estructuras metálicas, realizando el montaje y mantenimiento a los usuarios que soliciten nuestros servicios, logrando maximizar la satisfacción de los clientes.

VISIÓN

Ser una mejor empresa de montajes y mantenimiento de estructuras metálicas, alcanzando la excelencia en el servicio y permanente avance tecnológico en los procesos, para otorgar a los clientes seguridad, tranquilidad y la entrega eficiente y rápida de los productos que los clientes solicitan en la empresa MOGUSA.

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

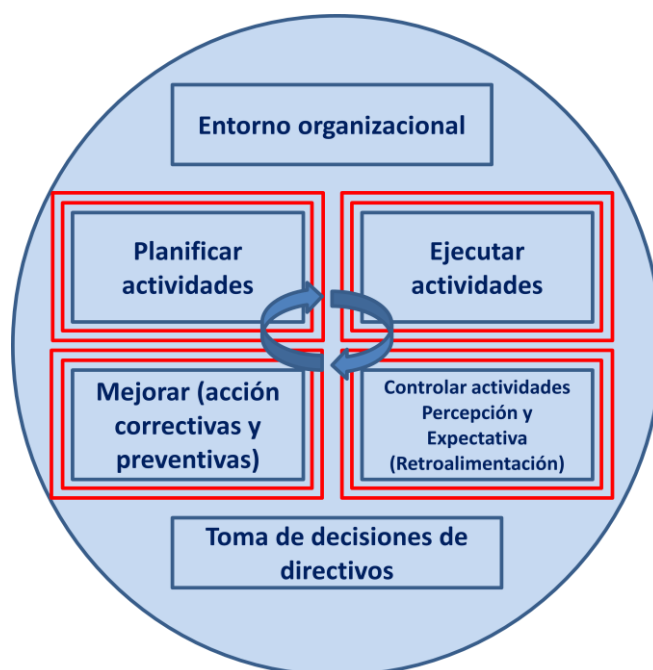
X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 6 de 9

MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO GAP



En el Entorno Organizacional debe existir satisfacción del personal, además de coordinación e integración, así mismo participación en las decisiones, buena comunicación e información, en donde el personal debe tener clara la misión y visión de la compañía y sobre todo valores.

Las actividades se planifican de manera organizada en las áreas de la empresa, luego se las ejecuta, y se controla actividades por medio del sistema de retroalimentación del cliente que permite la evaluación de la percepción y expectativas del cliente para que con los indicadores conseguidos se logren y se tomen las acciones correctivas y/o preventivas con lo que se espera alcanzar la mejora continua.

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 7 de 9

Instructivo del Sistema de Retroalimentación del Cliente

PROPÓSITO.

El Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL tiene la finalidad de tomar decisiones de manera acertada con el objetivo de solucionar los conflictos que se puedan presentar al momento de ofrecer los servicios de la empresa a los clientes ofreciendo las garantías que necesitan para que se solucionen los conflictos y falencias en la atención.

ALCANCE.

El alcance del instructivo es para todos los servicios que se ofrecen en MOGUSA, como la fabricación de estructuras metálicas, realizando el montaje y mantenimiento de las empresas clientes, beneficiando a la empresa, además de los clientes que percibirán mayor estabilidad y mejorando las condiciones de trabajo, en un tiempo de un año.

RESPONSABILIDAD.

La persona responsable del cumplimiento y control del instructivo será el supervisor de las actividades de montaje y mantenimiento de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

DESARROLLO.

En los siguientes ítems se describe las acciones que se aplicarán como correctivas y/o preventivas:

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 8 de 9

Instructivo del Sistema de Retroalimentación del Cliente

- Indicar a los usuarios del servicio de la empresa el actual sistema de retroalimentación, que se aplicará mediante la utilización del buzón de sugerencias.
- Instalar el buzón de sugerencias en la empresa, este debe ser en un lugar visible y que cuente con la señalización adecuada, en donde se señalan los pasos para cumplir la retroalimentación.
- Se procesa y tabula la información de los instrumentos de retroalimentación de involucrados.
- Desarrollar el análisis de los resultados de la retroalimentación de las partes involucradas, considerando indicadores del servicio.
- Determinar las causas y consecuencias de la problemática identificarlos y analizarlos.
- Tomar decisiones tomando como base hallazgos obtenidos en la retroalimentación realizada.
- Elegir la alternativa apropiada, registrando el indicador que los usuarios escogieron.
- Las acciones correctivas o preventivas se efectúan de acuerdo a la alternativa seleccionada en calidad para las acciones correctivas y/o preventivas.
- Se efectúa el control del cumplimiento de las acciones correctivas y/o preventivas, según lo indicado.
- Conforme a la alternativa planteada es preciso adaptar un plan emergente.

Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

X.01

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque

Aprobado por: Ing. Msc. Wladimir del Rosario Alvarado

Página 9 de 9

Instructivo del Sistema de Retroalimentación del Cliente

6. REGISTROS.

- Check List
- Matriz de la retroalimentación.
- Identificación de la problemática.
- Operaciones correctivas y/o preventivas.
- Seguimiento de la acción correctiva y/o preventiva.

Cuadro No. 15

Check List.

Detalle	NC	CP	C	Frecuencia	Observaciones
Se evidencia el uso de instructivos claros y concretos para la atención al cliente				Diario	
Se evidencia el control del uso de los instructivos para la atención al cliente				Diario	
Se evidencia el uso de registros de monitoreo para el control de la calidad del servicio al cliente				Diario	
Se evidencia que se trabaja sobre una política establecida y difundida				Diario	
Se evidencia que el desempeño del equipo de trabajo se rige a los objetivos e indicadores planificados con antelación				Diario	
Se evidencia el registro de la planificación estratégica				Diario	
Se evidencia el uso de cronogramas para la planeación de las actividades				Diario	
Se evidencia el uso de un sistema de retroalimentación para la medición de la calidad del servicio				Diario	
Se monitorea el sistema de retroalimentación del cliente en periodos definidos				Diario	
La política empresarial está visible y es comunicada y entendida por todos quienes forman parte de la organización				Semanal	
Se evidencia el uso de registros para la certificación de proveedores de materiales e insumos				Semanal	
Existe evidencia sobre el monitoreo de trazabilidad de las materias primas				Semanal	
Se evidencia que se llevan a cabo auditorías planeadas				Semanal	
Se evidencia el uso de registros para la auditoría del control de la calidad del servicio al cliente				Semanal	
Se evidencian el uso de registros y cronogramas para la aplicación de acciones correctivas y preventivas				Semanal	
Se evidencian el uso de registros y cronogramas para el monitoreo de acciones correctivas y preventivas				Semestral	

Nota: **NC** = No Conformidad; **CP** = Conformidad Parcial; **C** = Conformidad

.....
Responsable

Cuadro No.16

Aplicación práctica del modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL.

Ítem	Escala	Excelente (5 ptos.)			Muy Bueno (4 ptos.)			Bueno (3 ptos.)			Regular (2 ptos.)			Malo (1 ptos.)			Ponderación	Tamaño de la muestra	Calificación obtenida
		Frec.	Punt.	Pond.	Frec.	Punt.	Pond.	Frec.	Punt.	Pond.	Frec.	Punt.	Pond.	Frec.	Punt.	Pond.			
1	Cómo percibió la atención del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	2	5	10	6	4	24	10	3	30	17	2	34	5	1	5	103	40	2,58
2	Cómo encontró la vestimenta del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	3	5	15	6	4	24	19	3	57	12	2	24	0	1	0	120	40	3,00
3	Qué impresión le dejó el aseo y la higiene que practicó el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, en sus instalaciones, durante el montaje de la infraestructura que solicitó	4	5	20	5	4	20	6	3	18	21	2	42	4	1	4	104	40	2,60
4	Cómo percibió el desempeño del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	3	5	15	8	4	32	12	3	36	11	2	22	6	1	6	111	40	2,78
5	Qué opinión le merece la velocidad del trabajo realizado por el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	4	5	20	5	4	20	6	3	18	16	2	32	9	1	9	99	40	2,48
6	Qué opinión le merece el tiempo en que entregó el trabajo la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	4	5	20	5	4	20	6	3	18	16	2	32	9	1	9	99	40	2,48
7	Qué opinión le merece la tecnología utilizada por la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	2	5	10	7	4	28	17	3	51	14	2	28	0	1	0	117	40	2,93
8	Qué opina acerca de la comunicación e información con el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	4	5	20	6	4	24	5	3	15	16	2	32	9	1	9	100	40	2,50
9	En su opinión ¿Qué tan bueno es el producto y/o servicio que le ofreció la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	5	5	25	6	4	24	15	3	45	8	2	16	6	1	6	116	40	2,90
10	Cómo percibió el precio que le cobró la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	4	5	20	6	4	24	9	3	27	19	2	38	2	1	2	111	40	2,78
11	Cómo califica a la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	3	5	15	4	4	16	6	3	18	22	2	44	5	1	5	98	40	2,45
12	Recomendaría a otra empresa a solicitar los servicios de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA	3	5	15	4	4	16	8	3	24	9	2	18	16	1	16	89	40	2,23
																Total	1.267	Subtotal	31,68
																		Promedio	2,64

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Nota: Frec.: Frecuencia; Punt.: Puntuación de la escala; Pond.: Ponderación.

A través de la aplicación de la escala SERVQUAL, se logró determinar la calificación promedio de 2,64 donde se indican los puntos referentes a la satisfacción de los clientes con el servicio percibido por la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, concerniente a la atención recibida, uniformes de los trabajadores, desempeño laboral, demoras en la atención, rapidez en el trabajo, puntualidad, demoras en la entrega de trabajos, políticas de garantías, comunicación e información con el personal, precios de los servicios ofrecidos, nivel de calificación de la empresa y las recomendaciones que pueden hacer a otras empresas, teniendo relación con la retroalimentación de los clientes lo que maximiza los resultados obtenidos.

Para apreciar de manera correcta las celdas de menor calificación obtenida se han sombreado las celdas que indican los indicadores que han sido causas de la problemática en estudio, como los reclamos de los clientes y el otorgamiento de las garantías de las estructuras metálicas motivadas por las quejas de los clientes de la empresa, para lo cual se desarrolla el ejercicio señalando las acciones correctivas y preventivas:

Cuadro No.17

Indicadores del servicio.

Código encuesta al cliente	Campo	Área	Parámetros Actual Esperado		Problemas	Causas (cód. encuesta al personal)
1 8 11 12	Atención	Servicio al cliente	2,58 2,50 2,45 2,23	5 5 5 5	Escasa comunicación e información del personal de la empresa con los clientes	Falta de un instructivo para la comunicación y retroalimentación con los clientes
3	Recursos	Administrativa y operativa	2,60	5		
5 6	Rapidez	Todas	2,48 2,48	5 5	Demoras en la atención a los usuarios	Inexistencia de capacitación del personal, motivo por el que demoran en la entrega de los trabajos

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Cuadro No.18

Toma de acciones correctivas y/o preventivas.

Fecha: Ítem	Descripción de problemas	Causas Asignables	Efectos
1	Escasa comunicación e información del personal de la empresa con los clientes	Falta de un instructivo para la comunicación y retroalimentación con los clientes	Desconcierto de los clientes
2	Demoras en la atención a los usuarios	Inexistencia de capacitación del personal, motivo por el que demoran en la entrega de los trabajos	Insatisfacción de los clientes

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Cuadro No.19

Seguimiento de acción correctiva y/o preventiva.

Fecha: Problema (Ítem)	Causas asignables	Objetivo propuesto	Alternativas a evaluar	Puntuación	Alternativa escogida
Escasa comunicación e información del personal de la empresa con los clientes	Falta de un instructivo para la comunicación y retroalimentación con los clientes	Optimar la comunicación e información proporcionada a los clientes	Sistema de retroalimentación de los clientes	3	Sistema de retroalimentación de los clientes que han solicitado el servicio
			Implementar buzón de sugerencias	1	
Demoras en la atención a los usuarios	Inexistencia de capacitación del personal, motivo por el que demoran en la entrega de los trabajos	Capacitar al personal que realiza labores de atención al cliente y el montaje y reparación de estructuras metálicas	Instructivo para la capacitación	2	Ejecución y evaluación de la capacitación dirigida al personal de la empresa
			Ejecución y evaluación de la capacitación dirigida al personal de la empresa	3	

Puntuación: Alto (3), Medio (2), Bajo (1).

Problema (Ítem)	Acciones correctivas propuestas	Acciones preventivas propuestas	Responsable de seguimiento	Fecha inicio	Fecha fin	Meta a obtener
Escasa comunicación e información del personal de la empresa con los clientes	Optimar la comunicación e información proporcionada a los clientes	Buzón de sugerencias	Gerente General	4 Octubre 2015	30 Octubre 2015	Medir y controlar el nivel de satisfacción de los clientes
Demoras en la atención a los usuarios	Capacitar al personal que realiza labores de atención al cliente y el montaje y reparación de estructuras metálicas	Mejoramiento continuo	Gerente General	30 noviembre 2015	21 Diciembre 2015	40 personas capacitadas

Acción correctiva y/o preventiva	Resultados		Diferencia	Observaciones
	Esperado	Obtenido		
Sistema de retroalimentación de los clientes que han solicitado el servicio	5 puntos			Medir y controlar el nivel de satisfacción de los clientes
Ejecución y evaluación de la capacitación dirigida al personal	5 puntos			40 personas capacitadas

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

.....
 Responsable

El buzón de sugerencias será utilizado en el sistema de retroalimentación de los clientes, además de un programa informático mediante el cual se logrará conocer la percepción de los usuarios mediante las herramientas estadísticas, para esto es necesario la aplicación de la técnica del mejoramiento continuo, para apreciar lo mencionado se describe la siguiente gráfica:

Gráfico No. 15
Sistema de Retroalimentación



Fuente: Propuesta del autor.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Las actividades y procesos se planifican de manera organizada en las áreas de la empresa, luego se las ejecuta, en ese momento el sistema de retroalimentación del cliente permite la evaluación de la percepción del cliente para que con los indicadores conseguidos se logren y se tomen las acciones correctivas y/o preventivas con lo que se espera alcanzar la mejora continua, y la repetición del proceso.

PLAN DE CHARLAS

- **Tema:** Calidad del Servicio.
- **Objetivos:** Dar a conocer al personal temas referentes a la atención de los clientes y la entrega oportuna de los trabajos, logrando la satisfacción de los clientes que solicitan los servicios de montaje y reparación de estructuras metálicas.
- **Duración:** 1 mes (30 de Noviembre al 21 de Diciembre del 2015).
- **Carga horaria:** 20 horas. (2 horas diarias).
- **Participantes:** Personal operativo de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.
- **Facilitador:**

ACTIVIDAD	TÉCNICAS	RECURSOS	EVALUACIÓN	CONTENIDO	30	2	5	7	9	12	13	15	16	21	
Adecuación Selección facilitador	Presentaciones Lluvia de ideas	Facilitadora Laptop	Preguntas	Relaciones Humanas											
			Respuestas	Sistema de Calidad											
Tríptico	Técnica dinámica del grupal.	Impresora	Exposición	Calidad del Servicio											
Participantes		Proyector	Retroalimentación	Modelo Administrativo											
Plan	Dinámica	Resaltador	Retroalimentación	Mapa de Procesos											
Dinámica		Marcador liquido		Control de procesos											
Formación de grupos	Papelería Material diáctico y trípticos		Retroalimentación	Cuadro de Mando Integral											
				Cadena de Valor											
				Valores											
				Talleres prácticos											

.....

Responsable

4.5. Evaluación económica y financiera.

Para la implementación del Modelo de Gestión GAP con técnica SERVQUAL, fue preciso realizar el resumen de la inversión, cuyos valores que se detallan a continuación:

Cuadro No. 20

Inversiones de la propuesta

Detalle	Cantidad	C. Unitario	C. Total	%
Inversión fija inicial				
Servidor	1	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	53%
Software del sistema de retroalimentación	1	\$ 850,00	\$ 850,00	33%
Mueble de oficina con silla	1	\$ 125,00	\$ 125,00	5%
Buzón de retroalimentación		\$ 120,00	\$ 120,00	5%
Costo de instalación y montaje (5%)		\$ 110,00	\$ 110,00	4%
Total Inversión Fija		\$ 2.555,00	\$ 2.555,00	100%
Costos de operación				
Capacitación del talento humano	800	\$ 3,50	\$ 2.800,00	82%
Suministro de oficina	12	\$ 30,00	\$ 360,00	11%
Mantenimiento			\$ 244,50	7%
Total Costos de Operación			\$ 3.404,50	100%
Inversión Total			\$ 5.959,50	

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

El monto de la inversión fija asciende a \$2.555,00, dentro de este rubro se encuentran los gastos por el Servidor, Software del sistema de retroalimentación, muebles de oficina con silla, buzón de retroalimentación y los costos de instalación y montaje. Mientras que los costos de operación suman \$3.404,50, este monto lo representan la capacitación del talento humano, suministros de oficina y mantenimiento.

Los montos indicados ascienden a una inversión total de \$5.959,50, donde se puede conocer que el 42,87% representa la inversión fija y el 57,13% lo conforman los costos de operación.

Además se ha realizado el Balance económico de flujo de caja el cual permite conocer las utilidades que se percibirán con la implementación de la propuesta correspondiente a un Modelo de Gestión GAP, como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 21

Balance Económico de Flujo de Caja

Descripción	Años			
	2015	2016	2017	2018
Incremento de utilidades		\$ 4.877,36	\$ 5.413,87	\$ 5.955,74
Inversión Fija Inicial	(\$ 2.555,00)			
Costos de Operación				
Capacitación técnica		\$ 2.800,00	\$ 2.856,00	\$ 2.913,12
Mantenimiento de activos		\$ 244,50	\$ 249,39	\$ 254,38
Suministros de oficina		\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Cotos de Operación anual		\$ 3.404,50	\$ 3.465,39	\$ 3.527,50
Flujo de caja	(\$ 2.555,00)	\$ 1.472,86	\$ 1.948,48	\$ 2.428,24
Flujo de caja descontado el interés		\$ 1.280,75	\$ 1.473,33	\$ 1.596,61
Flujo de caja descontado el interés acumulado		\$ 1.280,75	\$ 2.754,08	\$ 4.350,69
TIR	50,38%			
VPN	\$ 4.350,69			

Fuente: Cuadro de inversiones de la propuesta.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Como se puede observar en el cuadro del balance de flujo de caja, mediante la implementación de la propuesta se logrará percibir un flujo de \$1.472,86 durante el primer año de su puesta en marcha, en el segundo año será de \$1.948,48 y en el tercer año \$2.428,24, además se evidencia que la Tasa Interna de Retorno es del 50,38% y el Valor Presente Neto \$4.350,69, resultados que serán verificados a través de la siguiente ecuación:

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Donde los literales que se encuentran formando parte de la ecuación financiera representan lo siguiente:

Cuadro No. 22

Simbología de la ecuación financiera.

Literal	Significado	
	Cálculo del TIR	Cálculo del VPN
P	Inversión inicial	
F	Flujo de caja	Flujo de caja
I	TIR	Tasa de descuento (15%)
N	número de años	número de años

Fuente: Ecuación financiera.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Bajo el significado de los literales o variables que forman parte de la ecuación financiera se procede a la comprobación de los indicadores económicos, iniciando por la Tasa Interna de Retorno (TIR) que se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 23

Comprobación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Año (n)	P	F	I	Ecuación	P
2015 (0)	\$ 2.555,00				
2016 (1)		\$ 1.472,86	50,38%	$P = F(1+i)^n$	\$ 979,41
2017 (2)		\$ 1.948,48	50,38%	$P = F(1+i)^n$	\$ 861,59
2018 (3)		\$ 2.428,24	50,38%	$P = F(1+i)^n$	\$ 714,00
Total			Total		\$ 2.555,00

Fuente: Balance económico de flujo de caja.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

Al reemplazarse en la ecuación financiera el valor de i con el que se obtuvo en Excel, su resultado fue una igualdad con la inversión inicial, comprobándose que el TIR es igual a 50,38%, lo que significa que por ser mayor a la tasa de descuento con que se compara la inversión del 15% que está representada por la tasa máxima interbancaria, la propuesta es factible y viable en el aspecto económico.

De la misma manera como se comprobó la Tasa Interna de Retorno (TIR) se procedió para la obtención del Valor Presente Neto (VPN) con la aplicación de la misma ecuación, cuyo detalle se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 24

Comprobación del Valor Presento Neto (VPN) y Periodo de Recuperación de la Inversión.

Año (n)	P	F	I	Ecuación	P	P
2015 (0)	\$2.555,00					Acumulado
2016 (1)		\$1.472,86	15%	$P = F(1+i)^n$	\$1.280,75	\$1.280,75
2017 (2)		\$1.948,48	15%	$P = F(1+i)^n$	\$1.473,33	\$2.754,08
2018 (3)		\$2.428,24	15%	$P = F(1+i)^n$	\$1.596,61	\$4.350,69
				VPN	\$4.350,69	
Coefficiente beneficio / costo (C B/C) = VPN / Inv. Inicial						1,70

Fuente: Balance económico de flujo de caja.

Elaborado por: Grace Monserrath Gutiérrez Baque.

El monto del VP que se obtuvo al aplicar la ecuación financiera fue igual a \$4.350,69 el cual superó a la inversión inicial de \$2.555,00 razón por la cual se evidencia la factibilidad de la propuesta.

A partir del resultado del Valor Presento Neto (VPN) se puede calcular el Valor Actual Neto (VAN), mediante la aplicación de la siguiente operación:

- $VAN = VPN - inversión\ inicial$
- $VAN = \$4.350,69 - \$2.555,00$
- **$VAN = \$1.795,68$**

Se obtuvo un Valor Actual Neto VAN igual a \$1.795,68 que por ser superior a cero indicó también la factibilidad y viabilidad de la propuesta planteada en este estudio.

En conclusión, estos resultados evidenciaron la factibilidad de la inversión, debido a que la tasa TIR es superior a la tasa de descuento que es del 15% y el VPN supera la inversión inicial, recuperándose la inversión en el transcurso de dos años, con un coeficiente beneficio costo de 1,70.

4.6. CONCLUSIONES

Se valoró el nivel de satisfacción del cliente con base en la escala SERVQUAL, identificándose que el 56% percibió como poco atentos al personal de MOGUSA, quienes en el 43% de los casos, se mostraron insatisfechos con el profesionalismo mostrado por los colaboradores de la organización en estudio.

Se identificaron las causas que han generado insatisfacción en los clientes y han desmejorado la calidad del servicio, evidenciándose que al 63% de ellos no les dejó una buena impresión el aseo y la higiene que practicaron los operadores de esta compañía, además que manifestaron que el personal de la empresa MOGUSA no es ágil y que tienen limitaciones en la comunicación, significando ello que existe déficit en este aspecto, cuyas limitaciones deben estar afectando la empatía y la atención al cliente.

Se determinaron las consecuencias de la problemática en la competitividad de la empresa, porque el 68% de los clientes consideró que a pesar de que el producto entregado por la empresa MOGUSA es de buena calidad, sin embargo, la atención al cliente no es satisfactoria, por ello el 63% de los clientes no recomendarían lo servicios de MOGUSA a sus conocidos, lo que puede afectar la competitividad de la empresa y generar la insatisfacción de los clientes.

Por esta razón, la mayoría de los clientes estuvieron de acuerdo en diseñar un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para favorecer la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

4.7. RECOMENDACIONES

Es recomendable que la empresa MOGUSA capacite al personal operativo en el ámbito de la Comunicación Organizacional, las Relaciones Humanas, que a su vez forman parte del tópico de la Calidad del Servicio, para mejorar el profesionalismo y la percepción de la atención de calidad por parte del cliente.

Es importante que el personal reciba una inducción sobre las Buenas Prácticas de Manufacturas, para que practiquen mejores hábitos de aseo e higiene, sean más ágiles y eficientes en sus labores, para mejorar la empatía y la satisfacción de los clientes.

La implementación de un Modelo de Gestión para mejorar la Calidad del Servicio, con base en la tenencia de tecnología moderna y personal altamente capacitado, puede tener un impacto significativo en la competitividad de MOGUSA, de modo que la atención al cliente sea más satisfactoria y se convierta en la base fundamental para que los clientes recomienden los servicios de esta empresa a sus conocidos.

Se propone el diseño de un Modelo de Gestión GAP con aplicación de técnica SERVQUAL para realizar la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, de modo que con ello se puedan tomar las decisiones más acertadas para maximizar el nivel de satisfacción de los clientes y mejorar la competitividad de la empresa en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Deming, Edwards. (2008). Calidad, Productividad y Competitividad. España: Editorial Díaz de Santos S.A. Cuarta edición.
- Denton, Keith. (2010). Calidad en el servicio a los clientes. España: Editorial Díaz de Santos S.A. Quinta edición.
- Dichiara, Raúl. (2008). Modelos y simulación en economía y administración. Argentina: Editorial Universidad Nacional del Sur. Tercera edición.
- González, Manuel. (2008). Gestión eficaz. España: Editorial Innova. Segunda edición.
- Gronroos, Christian. (2010). Marketing y gestión de servicios. España: Editorial Díaz de Santos S.A. Quinta edición.
- Koenes, Avelina. (2009). Diseño del servicio paso a paso. España: Editorial Díaz de Santos S.A. Tercera edición.
- Kotler, Philip. (2010). Dirección de marketing. México: Editorial Pearson. Duodécima edición.
- Londoño, Claudia. (2008). Gestión del punto de venta. España: Editorial Vértice. Segunda edición.
- Martínez, Norma. (2008). El nuevo modelo de gestión. Argentina: Editorial Panamericana. Cuarta edición.
- Medina, Manuel. (2008). Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio. España: Editorial Universidad de Murcia. Tercera edición.
- Miranda, Francisco. (2008). Introducción a la Gestión de la calidad. España: Editorial Delta. Segunda edición.
- Paz, Renata. (2008). Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio en la atención del cliente. España: Editorial Ideas propias S.L. Cuarta edición.

- Pérez, Vanesa. (2008). Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. España: Editorial Ideas propias S.A. Segunda edición.
- Plaza, María Ángeles. (2008). Modelo para la gestión estratégica de la calidad total. México: Editorial Limusa S.A. Tercera edición.
- Quinn, Robert. (2009). Maestría en la gestión de organizaciones. España: Editorial Díaz de Santos. Tercera edición.
- Rivier, Juan. (2010). Calidad del servicio, regulación y optimación de inversiones. España: Editorial Universidad Pontificia Comillas. Tercera edición.
- Rodríguez, Juan Carlos. (2008). El modelo de gestión de los Recursos Humanos. España: Editorial UOC. Quinta edición.
- Sagi-Vela, Luis. (2010). Gestión por competencias. España: Editorial ESIC. Cuarta edición.
- San Miguel, Pablo. (2009). Calidad. España: Editorial Paraninfo S.A. Primera edición.
- Saracho, José. (2008). Un modelo general de gestión por competencias. Chile: Editorial RIL. Tercera edición.
- Setó, Dolores. (2009). De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente. España: Editorial ESIC. Quinta edición.
- Vargas, Martha. (2008). Calidad y servicio. Colombia: Editorial ECOE. Segunda edición.

ANEXOS

FORMULARIO DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MONTAJES

MECÁNICOS GUTIÉRREZ S.A. MOGUSA

Objetivo: Determinar el nivel de satisfacción del cliente, a través de la aplicación de la técnica SERVQUAL, en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

Instructivo:

- Señalar con una raya el casillero de su elección
- La encuesta es anónima no requiere identificación del encuestado.

Tipo de empresa:

1) ¿Cómo percibió la atención del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Muy atentos y agradable
- Atentos y agradable
- Aceptable
- Poco atento y desagradable
- Muy desagradable

2) ¿Cómo encontró la vestimenta del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

3) ¿Qué impresión le dejó el aseo y la higiene que practicó el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA, en sus instalaciones, durante el montaje de la infraestructura que solicitó?

- Muy aseada
- Aseado
- Aceptable
- Desaseada
- Muy desaseada

4) ¿Cómo percibió el desempeño del personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Muy profesionales
- Profesionales
- Aceptable
- Algo profesional
- Nada profesional, apático

5) ¿Qué opinión le merece la velocidad del trabajo realizado por el personal de la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Muy rápida
- Rápida
- Aceptable
- Lenta
- Muy lenta

6) ¿Qué opinión le merece el tiempo en que entregó el trabajo la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Muy oportuno
- Oportuno
- Algo oportuno
- Atrasado
- Muy atrasado

7) ¿Qué opinión le merece la tecnología utilizada por la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

8) ¿Qué opina acerca de la comunicación e información con el personal de la empresa

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

9) En su opinión ¿Qué tan bueno es el producto y/o servicio que le ofreció la empresa

Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

10) ¿Cómo percibió el precio que le cobró la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez

S.A. MOGUSA?

- Muy atractivo
- Atractivo
- Aceptable
- Poco atractivo
- Nada atractivo

11) En resumen, ¿cómo califica a la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A.

MOGUSA?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

12) ¿Recomendaría a otra empresa a solicitar los servicios de la empresa Montajes

Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA?

- Siempre
- Con frecuencia
- Algunas veces
- Rara vez
- Nunca

Registro de los indicadores del servicio.

Orden No:

Fecha:

Código	Campo	Area	Parámetros		Problemas	Causas
			Actual	Esperado		

Observaciones:

.....

.....

.....

.....
Responsable

Seguimiento de la acción correctiva y/o preventiva.

Formato No:.....

Fecha:

Acción correctiva y/o preventiva	Resultados		Diferencia	Observaciones
	Esperado	Obtenido		

.....
Responsable

Registro de actividades correctivas y/o preventivas.

Fecha:

Item	Descripción de problemas	Causas Asignables	Efectos

Problema (Ítem)	Causas asignables	Objetivo propuesto	Alternativas a evaluar	Puntuación	Alternativa escogida
			A		
			B		
			A		
			B		
			A		
			B		

Puntuación: **Alto (3), Medio (2), Bajo (1).**

Problema (Ítem)	Acciones correctivas propuestas	Acciones preventivas propuestas	Responsable de seguimiento	Fecha inicio	Fecha fin	Meta a obtener

.....

Responsable

**FORMULARIO DE ENTREVISTA AL JEFE DE OPERACIONES DE LA EMPRESA
MONTAJES MECÁNICOS GUTIÉRREZ S.A. MOGUSA**

Objetivo: Determinar los factores que pueden influir en el bajo nivel de satisfacción del cliente, en la empresa Montajes Mecánicos Gutiérrez S.A. MOGUSA.

Instructivo:

Responda a cada pregunta de acuerdo a su criterio.

Cuestionario:

- 1) **¿Cuál es el proceso operativo para la construcción de estructuras metálicas en el domicilio del cliente?**
- 2) **¿Dispone de los recursos materiales necesarios en el momento preciso?**
- 3) **¿Ha sido capacitado para mejorar continuamente el proceso productivo y atender satisfactoriamente a los clientes?**
- 4) **¿Dispone la empresa de la tecnología apropiada para aumentar la productividad en el proceso productivo?**
- 5) **¿Se planifican los trabajadores de manera sistemática y secuencial?**
- 6) **¿Considera que es necesaria la aplicación de un modelo de gestión para medir y mejorar continuamente la calidad del servicio que se ofrece a los clientes?**