



# ¡ POSGRADOS !

## MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-30-No.502-2019

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

PROPUESTAS METODOLÓGICAS Y TECNOLÓGICAS AVANZADAS.

T E M A :

PROPUESTA DE MEJORA DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES Y DE LOS PROCESOS DE SERVICIOS DE INSPECCIÓN  
INDUSTRIAL E HIDROCARBURÍFERO: CASO EMPRESA VERIPET  
CIA. LTDA.

A U T O R E S :

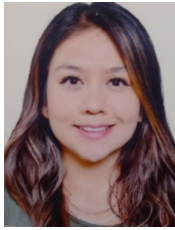
SAMANTA MICHELLE CRUZ REVILLA

D I R E C T O R :

PEDRO PABLO COLLAGUAZO GUAMAN

QUITO - ECUADOR  
2023

*Autora:*



***Samanta Michelle Cruz Revilla***

Licenciada en Ciencias de la Educación, mención inglés.  
Candidato a Magíster en Administración de Empresas: Mención  
Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana  
scruZR@est.ups.edu.ec

*Dirigido por:*



***Pedro Pablo Collaguazo Guamán.***

Magíster en Gerencia Empresarial  
Licenciado en Administración de  
Empresas.  
pcollaguazo@est.ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2023 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO-ECUADOR – SUDAMÉRICA

SAMANTA MICHELLE CRUZ R.

***PROPUESTA DE MEJORA DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS  
CLIENTES Y DE LOS PROCESOS DE SERVICIOS DE INSPECCIÓN  
INDUSTRIAL E HIDROCARBURÍFERO: CASO EMPRESA VERIPET CIA.  
LTDA.***

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de la presente propuesta metodológica es identificar técnicas adecuadas y específicas para incrementar la venta de los servicios industriales e hidrocarbúricos que brinda la compañía Veripet Cia. Ltda., para lo cual es imprescindible conocer la condición y relación actual de esta organización con sus clientes.

Para saber de una forma más detallada la relación de cliente-empresa, se propone desarrollar un análisis del nivel de satisfacción de los clientes de esta compañía, mediante la aplicación del modelo *SERVQUAL*, y según los resultados que se obtengan al aplicar este modelo, proceder a proponer mejoras en los procesos de los servicios brindados.

El modelo *SERVQUAL* implica llevar a cabo encuestas dirigidas a clientes, abordando preguntas que buscan conocer su nivel de satisfacción con los servicios que han recibido por parte de la empresa Veripet, cuando las encuestas fueron culminadas, se procedió a tabular los resultados, analizarlos y estos fueron útiles para proponer a la organización un Plan de Acción bastante consolidado y rentable, mismo que consta de once ítems enfocados como propuestas a corto plazo. Este Plan de Acción fue entregado a la alta gerencia de la compañía en mención y puesto a su consideración, quienes gerencialmente decidieron implementar el 72,72% del total de este Plan de Acción.

Una vez, el Plan de Acción fue desarrollado e implementado dentro de la empresa, se volvió a encuestar por segunda vez a clientes para conocer el impacto en su grado de satisfacción, para obtener este dato se desarrolló un estudio estadístico llamado análisis de correlación, el cual indica si la variable -satisfacción del cliente- se modifica a medida que la variable -mejora de procesos de los servicios- cambia.

El planteamiento y ejecución de la presente propuesta metodológica ayudó a confirmar que en efecto si es posible aumentar la satisfacción de los clientes, a medida que se mejoran los procesos de los servicios, por tal razón se concluye que esta correlación denota positivamente en el aumento de ingresos para la compañía de servicios Veripet Cía. Ltda.

## **PALABRAS CLAVES**

Servqual, satisfacción, mejora de procesos, servicios, incremento de ingresos, clientes.

## Índice de Contenidos

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Situación Problemática. Antecedentes .....	1
1.2. Formulación del problema.....	2
1.2.1. General .....	2
1.2.2. Específicos .....	3
1.3. Justificación teórica .....	3
1.4. Justificación práctica .....	4
1.5. OBJETIVOS.....	6
1.5.1. Objetivo principal.....	6
1.5.2. Objetivos específicos.....	6
1.6. Principales resultados .....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. ¿Qué es el modelo <i>SERVQUAL</i> ?.....	7
2.1.1. Dimensiones del modelo <i>SERVQUAL</i> : .....	9
2.2 Servicio.....	9
2.3 Características de los servicios.....	10
2.4 Tipos de servicios.....	10
2.5 Calidad.- .....	10
2.6 La calidad en los servicios .....	11
2.7 Teoría de las expectativas. ....	11
2.8 Satisfacción del cliente. - .....	11
2.9 Proceso. - .....	11
2.10 Procedimiento.....	12

2.11	Indicadores. - .....	12
2.12	Marketing Mix.- .....	12
2.14	Análisis correlacional:.....	13
2.3	Análisis crítico de la teoría.....	14
3.	METODOLOGÍA .....	15
3.1.	Unidad de análisis.....	15
3.2.	Población .....	15
3.3.	Selección de la muestra .....	17
3.4.	Métodos a emplear ¿Cuál y para qué?.....	17
3.5.	Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias.	19
3.6.	Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué? .....	20
3.7.	Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información. ....	22
3.7.1.	Formulación de hipótesis .....	22
3.7.1.1	Variable independiente.....	22
3.7.1.2	Variable dependiente.....	23
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	23
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	23
4.1.1.	Tabulación de los datos de la encuesta basada en el modelo <i>SERVQUAL</i> . ....	24
4.2.	Propuesta Metodológica. ....	28
4.2.1.	Premisas o supuestos.....	29
4.2.2.	Objetivo de la propuesta metodológica.....	33
4.2.3.	Objeto de la propuesta.....	34
4.3.	Responsables de la implementación y control.....	35
4.4.	Fase para una puesta en práctica.....	35
4.5.	Indicadores de evaluación .....	54
4.5.1.	Ejecución del análisis estadístico .....	63
5.	CONCLUSIONES .....	67

6. RECOMENDACIONES .....	69
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	71
8. ANEXOS.....	75

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Métodos usados para la presente propuesta metodológica y tecnológica avanzada. .....	15
Gráfico 2. Fiabilidad, pre encuesta.....	24
Gráfico 3. Capacidad de respuesta, pre encuesta. ....	25
Gráfico 4. Seguridad, pre encuesta.....	26
Gráfico 5. Empatía, pre encuesta. ....	27
Gráfico 6. Elementos tangibles, pre encuesta. ....	28
Gráfico 7. Diagrama de GANTT.....	36
Gráfico 9. ROI.....	53
Gráfico 10. Fiabilidad, post encuesta. ....	54
Gráfico 11. Capacidad de respuesta, post encuesta.....	55
Gráfico 12. Seguridad, post encuesta. ....	56
Gráfico 13. Empatía, post encuesta. ....	57
Gráfico 14. Elementos tangibles, post encuesta. ....	58

## Índice de Tablas

Tabla 1. Cantidad de la población de la compañía Veripet.....	16
Tabla 2. Cantidad de la población de la compañía Veripet, años 2020 al 2023. ....	16
Tabla 3. Matriz de eficacia: Indicadores de la empresa Veripet año 2022. ....	18
Tabla 4. Porcentajes de incentivos de ventas. ....	30
Tabla 5. Recurso humano designado para la presente Propuesta Metodológica y Tecnológica. .....	37
Tabla 6. Recurso humano y sus responsabilidades. ....	38
Tabla 7. Recurso humano y sus roles. ....	38
Tabla 8. Recursos tecnológicos y materiales: Plan de Acción. ....	39
Tabla 9. Análisis financiero: Costos. ....	51
Tabla 10. Análisis financiero: Ingresos. ....	52
Tabla 11. Obtención de la Variable independiente, Mejora de Procesos.....	60
Tabla 12. Obtención de la Variable dependiente, Satisfacción del cliente. ....	62
Tabla 13. Resumen desglosado de las variables determinadas en porcentajes. ....	62
Tabla 14. Resumen general de las variables determinadas en porcentajes. ....	63
Tabla 15. Prueba de normalidad de Kolomogorov-Smirnov. ....	64
Tabla 16. Análisis estadístico de Correlación de Spearman. ....	66



## Índice de Anexos

Anexo 1.- Descripción de clientes y sus características.....	75
Anexo 2.- Modelo de Pre encuesta y post encuesta, modelo <i>SERVQUAL</i> .....	76
Anexo 3.- Resultados de la pre encuesta.....	83
Anexo 4.- Resultados de la post encuesta .....	84
Anexo 5.- Perfiles y requisitos del personal.....	84
Anexo 6.- Determinación de la Variable dependiente, último trimestre 2022.....	87
Anexo 7.- Determinación de la Variable dependiente, primer trimestre 2023. ....	91
Anexo 8.- Determinación de la Variable independiente: Último trimestre 2022 y primer trimestre 2023.....	95
Anexo 9.- Determinación de la variable independiente: Último trimestre 2022 y primer trimestre 2023.....	100
Anexo 10.- Memo N° 30.....	101

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Situación Problemática. Antecedentes

El enfoque de este estudio está dirigido a la empresa Veripet Cía. Ltda., ubicada en Ecuador con sucursales en Quito, Guayaquil y El Sacha, con más de 20 años de experiencia en el sector de inspecciones industriales e hidrocarburíferas. Esta compañía es un organismo de inspección tipo A, con acreditación en el Servicio de Acreditación Ecuatoriano SAE, bajo la norma ISO/IEC 17020:2013 y con calificación en la Agencia de Regulación y Control de Energía y Recursos Naturales no Renovables ARCERNNR, lo cual le autoriza a brindar servicios calificados para personas naturales y jurídicas, ya sean públicas o privadas.

En la actualidad, Veripet Cia Ltda, mantiene aproximadamente 43 alcances o también llamados servicios que son acreditados y calificados, si bien sondeando el mercado, se identifica que la compañía, tiene competencia directa en unos alcances o servicios más que en otros. Competencia que ha venido ingresando en gran cantidad al mercado durante los últimos años debido a las facilidades de acreditación y calificación de compañías como “organismos de inspección” en las entidades de acreditación y regulación del país, lo cual ha incrementado la competencia entre las empresas de este giro de negocio en el sector industrial e hidrocarburífero.

Ahora bien, considerado que en los últimos tres años, el mundo se ha visto volcado a moverse de su zona de confort, y no ha sido la excepción en Ecuador, cuyas empresas han buscado reestructurarse y adaptarse a la velocidad de vida, debido a la pandemia COVID-19 y la variación del precio del crudo; de tal manera que durante todo este proceso muchas empresas fueron fulminadas, viéndose obligadas a cerrar sus operaciones y servicios, mientras que

muchas otras lograron sobrevivir a la crisis económica mundial que dejó dicho problema social llamado pandemia.

Estos cambios han influenciado notablemente en la reducción de la demanda del mercado, por lo cual haciendo una comparación de precios de los servicios realizados entre los años 2015 al 2022, se identifica en porcentajes, una reducción de sus precios del: 5% al 50% en sus diferentes trabajos.

Si bien es cierto, las empresas que lograron sobrevivir tuvieron que cumplir ciertos requisitos para no desaparecer junto con las otras como por ejemplo: el giro de negocio, precios, recorte de personal, pero sobre todo la adaptabilidad, conocida también como “moverse de la zona de confort”, empezando así a innovar y migrar al uso constante de la tecnología y sus diferentes herramientas.

Ahora bien, Veripet Cia Ltda., presenta una decreciente demanda de sus servicios, esta organización se ha visto en la obligación de reducir de manera significativa sus precios para ser competitivos, además que la oferta de servicios de inspecciones industriales e hidrocarburíferos ha aumentado notablemente en el mercado, siendo estas empresas pequeñas con bajos costos y gastos, que por tales razones ofrecen precios más accesibles para el cliente, lo cual genera incertidumbre a los socios de la empresa Veripet para lograr mantener su Staff de trabajo y sus instalaciones.

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. General**

¿Cómo incrementar la demanda de los servicios de la empresa Veripet Cía. Ltda.?

### **1.2.2. Específicos**

- ¿Cómo se detalla claramente la condición presente de la organización Veripet Cía. Ltda., respecto a cómo se están brindando los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero?
- ¿Cómo identificar los elementos que tienen impacto en el grado de satisfacción de los clientes del Organismo de Inspección Veripet Cía. Ltda.?
- ¿Cómo identificar estrategias que permitan alcanzar el aumento de la satisfacción de los clientes, para captar su fidelización?
- ¿Cómo, esta propuesta metodológica puede aportar positivamente a la empresa Veripet Cía. Ltda.?

### **1.3. Justificación teórica**

Actualmente Veripet Cía. Ltda., es un Organismo de Inspección, tipo A reconocido por brindar servicios de alta calidad, esto se demuestra por implementar y mantener durante los últimos diez años, la certificación ISO 9001:2015 y la acreditación NTE INEN ISO/IEC 17020:2013, en función de esto la organización está en la búsqueda de establecer e implementar nuevas estrategias que permitan mejorar la satisfacción de sus clientes, estrategias que deben ser puestas a consideración en la reunión anual de la alta dirección, con la finalidad de aumentar la cantidad de ventas de sus servicios y captar nuevos clientes.

#### 1.4. Justificación práctica

Para llevar a cabo la presente propuesta metodológica, se plantea el estudio del modelo *SERVQUAL*, mismo que está enfocado hacia las empresas que venden servicios, así como también proporciona el análisis del comportamiento de sus clientes y consecuentemente la mejora de los servicios ofertados. Como referencia de la aplicación del método *SERVQUAL* se observa en la tesis realizada por Ortiz Udeo (2017), quien concluyó que las percepciones de los usuarios de un hospital ubicado en el Tena-Ecuador, no cumplen con las expectativas en términos de **capacidad de respuesta**. Sin embargo, el autor del estudio también encontró que aspectos como: **elementos tangibles, la seguridad, la fiabilidad y la empatía** superan las expectativas de los clientes. Además, el estudio proporcionó información sobre el nivel de satisfacción de los usuarios del hospital, para finalmente demostrar como un análisis realizado bajo el modelo *SERVQUAL* permite identificar aquellas falencias ya sean estas notorias o no, con el objetivo de establecer soluciones en base a las conclusiones obtenidas. Por ejemplo, Ortiz Udeo (2017) propone un Manual de gestión del cliente, pero además da la pauta de como la aplicación del modelo *SERVQUAL* permite identificar aquellos puntos fuertes de la empresa, pudiendo así mantenerlos y/o potenciarlos.

Es importante también referirse a la fiabilidad y validez del método *SERVQUAL*, es así como Arce y Guevara (2019) afirman que la “escala *SERVQUAL* es válida y fiable para medir la calidad de los servicios del Instituto Superior Tecnológico Arzobispo Loayza”, quienes establecieron que la fiabilidad, evaluada mediante el método Alfa Cronbach fue de 0.898 para las percepciones y de 0.928 para las expectativas, lo que indica una uniformidad y consistencia en las respuesta de todos los encuestados a lo

largo de todos los ítems evaluados, estas autoras en su análisis matemático también concluyen que la alta consistencia interna del estudio utilizando el modelo *SERVQUAL* se considera como una indicación de que la escala es confiable. Además las autoras determinan que la fiabilidad de las cinco dimensiones que aborda la herramienta *SERVQUAL* son fiables ya que que obtuvieron niveles aceptables para percepciones y expectativas. Otra conclusión importante de estas dos autoras, es que esta evaluación permitió conocer porcentualmente a la institución, refiriéndose así a la cantidad de mujeres, varones y su distribución por ciclos y especialidades.

Por otra parte, Bustamante, Zerda, Obando y Tello (2019) describen las ventajas del método *SERVQUAL*, quienes hacen referencia a la posibilidad de comparar las expectativas de los clientes versus sus percepciones, pudiendo ser de cualquier tipo de organización que brinde servicios en un tiempo establecido, para así definir similitudes y diferencias, en base a las cuales se realizan diagnósticos de la calidad de servicio de tal organización. Además, señalan que este método, inclusive permite efectuar comparaciones entre diferentes empresas que vendan los mismos servicios. Este enfoque es adaptable a cualquier empresa, ya que puede ser utilizado para evaluar las expectativas y nivel de calidad de los servicios prestados por cada compañía, considerando sus particularidades. Finalmente, estos autores afirman que este método de examinación permite evaluar los diferente criterios de los clientes, así como sus percepciones y expectativas que sean coherentes a la calidad del servicio.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo principal**

Desarrollar un análisis del grado de satisfacción de los clientes de la organización Veripet Cía. Ltda., a través de la aplicación del método *SERVQUAL*, de tal forma, que permita proponer mejoras en los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero proporcionados por la empresa.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Describir la situación actual de Veripet Cía. Ltda., en cuanto a la prestación del servicio de inspección industrial e hidrocarburífero.
- Identificar los elementos que tienen impacto en el nivel de satisfacción de los clientes de Veripet Cía. Ltda., prestadora de servicio de inspección industrial e hidrocarburífero.
- Analizar los resultados obtenidos con el uso de herramientas estadísticas.
- Diseñar una propuesta de mejora de los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero que ofrece la empresa Veripet Cía. Ltda.

## **1.6. Principales resultados**

- Se espera conocer a la organización, de tal forma que ayude a identificar a sus clientes en términos porcentuales y/o cantidades, con la finalidad que esto permita ajustar los servicios que vende la empresa según los resultados de la aplicación del método *SERVQUAL*.

- Claramente, se pretende comprender de mejor manera a los clientes de la empresa, sondeando su grado de satisfacción en torno a los servicios adquiridos y comprender cuáles son las expectativas de los clientes en relación a los servicios ofrecidos por la empresa.
- Una vez finalizadas las encuestas, los resultados son sometidos a una interpretación y análisis para poder determinar las falencias de la empresa y buscar herramientas que permitan mejorar el servicio o a su vez mantener aquellos procesos que se identifiquen que están brindando total satisfacción a los clientes,
- Se pretende diseñar una propuesta de mejora que logre mantener a los clientes con los que cuenta actualmente la empresa, así como también llegar a nuevos clientes para que Veripet Cía. Ltda., pueda incrementar sus ventas y por ende mejoren sus utilidades.

## 2. MARCO TEÓRICO

Conocer la satisfacción del cliente es un resultado que ayuda a comprender cómo los servicios de Veripet, insatisfacen, cumplen o superan las expectativas de los clientes.

Con el propósito de alcanzar los objetivos planteados en esta propuesta metodológica y tecnológica, se optó por la investigación y aplicación del modelo de estudio de satisfacción de los clientes, llamado *SERVQUAL*.

### 2.1. ¿Qué es el modelo *SERVQUAL*?

*SERVQUAL* en inglés significa (Service Quality Model). Según Ortiz (2021), la herramienta *SERVQUAL* es ampliamente utilizada por las empresas para conocer los criterios de sus clientes y compararlos con los servicios que ofrecen. Si se aplica de manera correcta,



esta metodología puede revelar realidades que los consumidores expresan sin filtros. Además esta afirmación la sustenta Wigodski Sirebrenik (2003) señalando que el método *SERVQUAL* consiste en un cuestionario con preguntas estandarizadas para medir la calidad del servicio, el cual fue desarrollado por Valerie A. Zeithal, A. Parasuraman y Leonard L. Berry, realizado en U.S.A.

Finalmente (Ibarra y Espinoza 2014a) argumentan:

La teoría de la Acción Razonada, donde aplica la siguiente fórmula empírica:

$$\text{Satisfacción} = \sum \text{Exp}_i \times \text{Eval}_i$$

Dónde: Exp corresponde a las expectativas y Eval a las valoraciones del cliente.

La teoría de la confirmación de expectativas:

$$\text{Satisfacción} = \sum (E_i - P_i)$$

Dónde: E corresponde a las expectativas antes de recibir la atención y P es la percepción después de haber experimentado la atención del servicio.

De tal manera, (Ibarra y Espinoza 2014b) determinan que existen dos tipos de expectativas: servicio adecuado y servicio deseado. Los dos estándares dan lugar a la denominada zona de tolerancia del cliente, cuyos límites se afectan con el estándar deseado y adecuado respectivamente. La zona de tolerancia mencionada es la condición en que la atención recibida es aceptable para el cliente. Identificar esta zona, conlleva a conocer los aspectos que al cliente le interesan y sobre cuales priorizar para mejorar los servicios brindados.

### **2.1.1. Dimensiones del modelo *SERVQUAL*:**

**2.1.1.1 *Fiabilidad*:** Es la valoración que el cliente hace acerca de la capacidad de la compañía para suministrar un servicio determinado, confiable y por supuesto que sea de alta calidad. (CHAIN 2021a).

**2.1.1.2 *Capacidad de respuesta*:** Es acerca de la valoración del consumidor acerca de la capacidad de la empresa para responder de manera ágil a sus necesidades y ofrecer un servicio rápido y atento. (CHAIN 2021b)

**2.1.1.3 *Seguridad*:** Según CHAIN (2021c) se trata de la impresión que tiene el cliente acerca de las capacidades y el compromiso de los colaboradores de la compañía, así como su destreza para generar confianza y credibilidad en los clientes.

**2.1.1.4 *Empatía*:** CHAIN (2021d) argumenta que esta dimensión hace referencia a la calificación que los compradores hacen acerca del nivel de atención individualizada que proporciona una empresa.

**2.1.1.5 *Elementos tangibles*:** Finalmente CHAIN (2021e) menciona que es aquella apreciación que los consumidores hacen referente al aspecto de como lucen las instalaciones de una organización, sus equipos, sus materiales, incluido su staff de trabajadores y hasta la comunicación dentro de ella.

**2.2 Servicio.** - Robbins y Coulter (2018a) mencionan que los servicios son intangibles, cuyo proceso de transformación no es tan simple de ver como lo son los procesos de manufactura. Un ejemplo de ello son las universidades, en las que sus administradores agrupan todos los aspectos necesarios, como profesores, libros, revistas académicas, tecnología y aulas,

para transformar a estudiantes inexpertos en personas educadas y competentes que sean capaces de contribuir a la sociedad.

**2.3 Características de los servicios:** El servicio más que un producto, es un proceso y casi nunca puede ser almacenado. No se puede inspeccionar de forma estricta ni predeterminada la calidad final de un servicio. La información es la materia prima fundamental de la mayoría de los procesos de servicio, y los servicios no duran para siempre, es decir, tienen un inicio y un fin en el tiempo. La confianza entre las personas es la base de los servicios, y en muchos de los casos, los colaboradores tienen contacto directo con el cliente y/o consumidor (Aguilar Morales y Vargas Mendoza 2010).

**2.4 Tipos de servicios:** Industria de servicios, son empresas que producen un bien intangible; Productos de servicios, las empresas industriales generan constantemente servicios durante la ejecución de sus procesos operarios y los venden de manera separada o junto a los productos; Ocupaciones de servicios, se encargan de un amplio espectro de labores; Servicios personales cualificados y no cualificados. (Editorial Grudemi 2020)

**2.5 Calidad.-** Alcalde San Miguel (2019) define que la calidad es algo inherente al ser humano, en otras palabras es aquella capacidad que el hombre posee para hacer bien sus actividades; de esta manera es interesante como este autor menciona como ejemplo a un artesano alfarero quien ya practicaba la calidad en sus labores, estos son: definir la clientela objetivo, lo hacía averiguando sus necesidades de diferentes vasijas; selección de proveedores, lo ejecutaba adquiriendo por su propia cuenta la mejor arcilla y su precio; calidad en el proyecto, esto lo desarrollaba fabricando las piezas en el torno y horneándola; realizando un control de

calidad exhaustivo, inspeccionándolas individualmente; y por último el servicio postventa, ya que atendía, si había algún reclamo de los clientes.

**2.6 La calidad en los servicios.** - busca satisfacer plenamente a los clientes, superando incluso sus propias expectativas, se considera un aspecto muy relevante para una empresa, ya que de su correcta aplicación dependerá mucho el éxito de dicho negocio, la cantidad de clientes, su fidelización e inclusive las recomendaciones con otros consumidores. La empatía es un punto importante para brindar servicios con altas dosis de calidad. (Castañeda 2022).

**2.7 Teoría de las expectativas.** – busca entender el propósito de una persona y la correlación entre su esfuerzo y su desempeño, seguido de la relación entre el rendimiento y las recompensas y finalmente entre las recompensas y la satisfacción alcanzada en ese objetivo individual. Esta teoría enfatiza en los beneficios o recompensas, mismas que se tienen que ajustar a los deseos del individuo. (Robbins y Coulter 2018b).

**2.8 Satisfacción del cliente.** - Chavez (s.f.) explicó que este aspecto es una métrica que muestra el nivel de satisfacción de un comprador o consumidor al adquirir un servicio ofrecido por una empresa. Esta valoración es la obtención de las expectativas del cliente hacia un servicio o producto y el valor real que recibe de este. Sin embargo, Morocho (2019) señala que la satisfacción del cliente puede no necesariamente indicar que su satisfacción sea buena, sino por el contrario que sus expectativas son bajas, lo cual demuestra que los gerentes no deben asumir que los servicios que se han vendido son suficientes solo porque los clientes no se quejan.

**2.9 Proceso.** - Westreicher (2020) afirma que proceso es una serie de acciones que se llevan a cabo en orden para lograr un objetivo específico. Además Westreicher (2020), señala que un proceso a más de ser un resultado de la acción humana, también existen los procesos

naturales, que están compuestos por fenómenos sucesivos donde no interviene el accionar del hombre.

Características de los procesos: Gutiérrez (2017) destaca que un proceso debe tener entradas y salidas; además debe tener al mando un líder que coordine con y a las personas; un proceso debe tener métricas medibles y adecuadas al proceso y su objetivo; todo proceso se puede subdividir en subprocesos; los procesos tienen vínculos con distintas áreas de la empresa de manera horizontal y vertical. Finalmente, un proceso debe tener un procedimiento que defina y establezca la manera de cómo se deben ser realizadas cada una de las actividades.

**2.10 Procedimiento.** - es un método compuesto por pasos y objetivos claros que deben realizarse con el propósito de cumplir la tarea o implementar algo, por lo general se trata de un método estático, lo que significa que no se altera en el tiempo, razón por la cual debe ejecutarse siempre de la misma manera. El procedimiento está enfocado de manera específica, mientras que el proceso está planteado de forma general y este si puede cambiar en el tiempo. (Chen 2018)

**2.11 Indicadores.** - son parámetros gerenciales para tomar el pulso del desempeño de una organización. (Asociación Española para la Calidad (AEC) 2019).

**2.12 Marketing Mix.-** se define como un procedimiento de componentes entrelazados, que se emplea para la venta de servicios al mercado, cuyo objetivo es que el negocio sea sostenible. En una empresa es importante la aplicación del marketing mix para colocar cada cosa en su sitio, la utilidad de esta herramienta de marketing, consiste en buscar el enfoque en aquellos aspectos que son relevantes y así plantear las bases para establecer una estrategia de

marketing exitosa. (Makosiewicz 2022). Este autor plantea las 7p del marketing que son un modelo de marketing mix, cuyos componentes son:

*Producto: ¿Qué vende?*

*Precio: ¿Por cuánto vende?*

*Punto de venta: ¿Dónde lo vende?*

*Promoción: ¿Cómo se consiguen los clientes?*

*Personas: ¿Quién está implicado en la entrega del servicio?*

*Procesos: Procedimientos para la entrega final del servicio*

*Pruebas: Elementos tangibles del servicio con los que se relacionan los clientes.*

**2.14 Análisis correlacional:** El proceso de correlación implica observar y medir la relación entre dos variables numéricas, evaluando la tendencia creciente o decreciente de los datos. Esta relación existe cuando una variable proporciona información acerca de la otra, y no existe el momento que el cambio en una variable no incide en la otra. La medición de la correlación se realiza a través del signo y magnitud de la tendencia entre las dos variables: un valor positivo indica que la relación es directa, un valor negativo indica una relación inversa, y un valor nulo señala que no hay relación. La magnitud de la relación se mide en una escala de -1 a 1, donde valores cercanos a los extremos indican una relación fuerte, mientras que valores cercanos a cero indican una relación débil. (Máxima Formación 2022).

### 2.3 Análisis crítico de la teoría

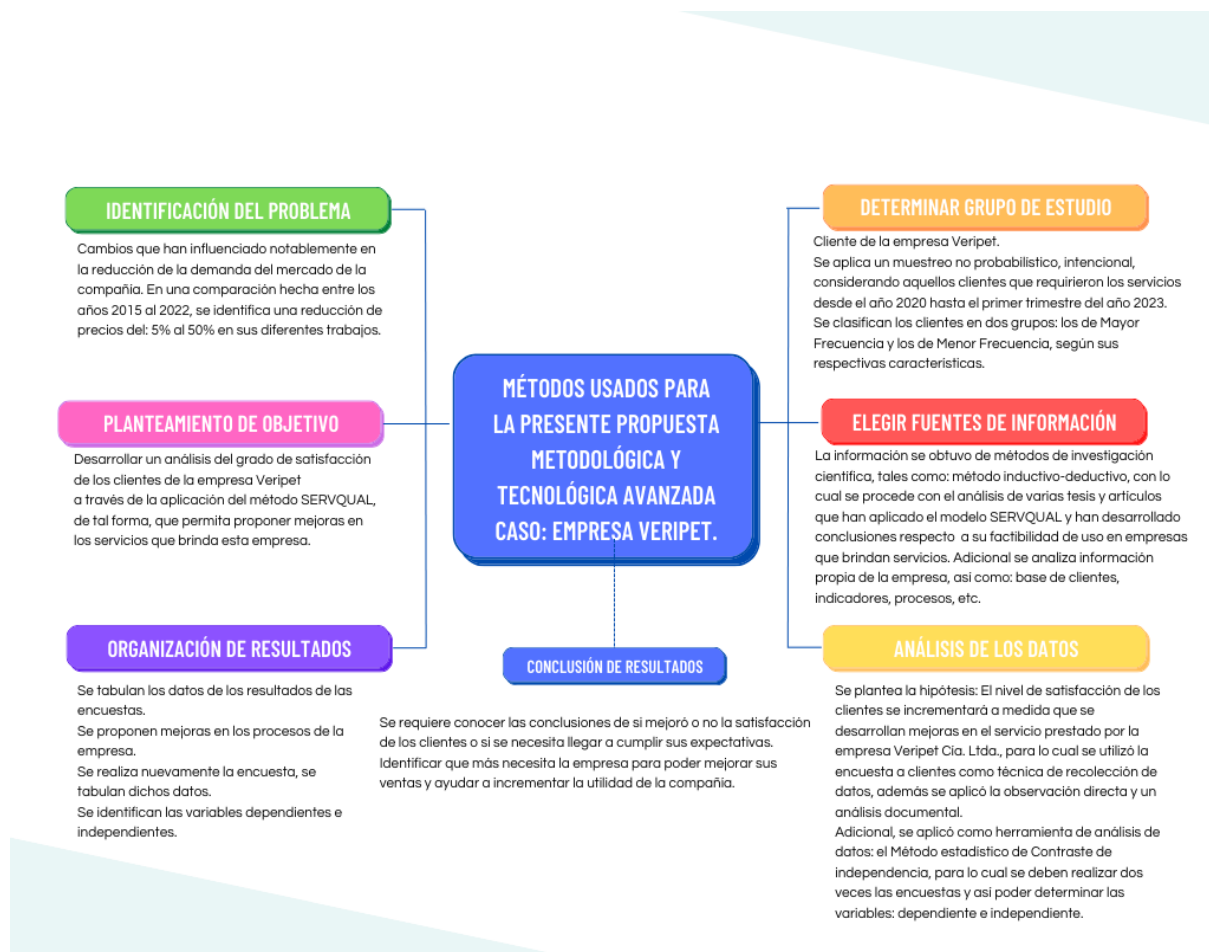
La revisión del marco teórico muestra la importancia de definir los diferentes términos que una empresa debe manejar para lograr objetivos estratégicos, ya que el desconocimiento de estos conceptos claves, puede ser perjudicial para la empresa. Este marco teórico permite analizar las opciones de mejora que se pueden realizar con el propósito de satisfacer clientes, así como también captar nuevos clientes para cumplir con los objetivos de este estudio.

Es esencial identificar los procesos claves dentro de la organización que causan un impacto directo en los clientes. Ahora bien, mediante el adecuado uso del método *SERVQUAL*, es posible indagar de forma asertiva a los clientes identificando oportunidades de mejora, desviaciones en los procesos, cuellos de botella, esto con la finalidad de determinar estrategias efectivas y eficientes para poder mejorar los indicadores de calidad que infieran directamente en la satisfacción del cliente, con el propósito de captar la fidelización de dichos clientes, así como también ampliar las oportunidades de abarcar más compradores dentro del mercado.

Este modelo de evaluación *SERVQUAL* se complementa con el modelo MARKETING MIX de las 7p, mismo que genera las pautas para colocar cada aspecto en su lugar de forma clara, y así aportar hacia la mejora de la satisfacción del cliente, abordando temas de sumo interés para los negocios, tales como: producto, precio, punto de venta, promoción, personas, procesos y pruebas.

### 3. METODOLOGÍA

**Gráfico 1. Métodos usados para la presente propuesta metodológica y tecnológica avanzada.**



*Elaborado por: Autora.*

#### 3.1. Unidad de análisis

Clientes de la empresa Veripet Cía. Ltda.

#### 3.2. Población

Referente a la cantidad de clientes, la compañía Veripet evidenció en sus registros las siguientes cifras:



**Tabla 1. Cantidad de la población de la compañía Veripet.**

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Cientes: Personas Naturales	430
Cientes: Organizaciones, empresas (personas jurídicas)	1073

*Fuente: Empresa Veripet Cía. Ltda.*

*Elaborado por: Autora.*

Considerando que estas cantidades de población corresponden a todos los clientes de la empresa que ha ido acumulando desde su creación, y que el realizar una investigación basada en dicha cantidad arrojaría resultados no muy apegados a la realidad, debido a que la empresa ha presentado los inconvenientes de la reducción de ventas y baja de precios desde hace alrededor de tres años, es decir desde el año 2020. Por tal razón el presente análisis se direccionó hacia un **muestreo no probabilístico, intencional**, debido a que se consideró como población aquellos clientes que requirieron los servicios de la empresa Veripet Cía. Ltda., desde el año 2020 hasta el primer trimestre del año 2023, dando como poblaciones los siguientes datos:

**Tabla 2. Cantidad de la población de la compañía Veripet, años 2020 al 2023.**

<b>Cientes empresa Veripet años: del 2020 al 2023</b>	
<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>
Cientes: Personas Naturales	50
Cientes: Organizaciones, empresas (personas jurídicas)	30

*Fuente: Empresa Veripet Cía. Ltda.*

*Elaborado por: Autora.*

### 3.3. Selección de la muestra

Se contempló el **muestreo no probabilístico, intencional** de muestreo para el caso de la compañía Veripet Cía. Ltda., debido a que su cartera de clientes ha decrecido y además sus clientes muestran variación en sus características, por lo tanto, se buscó los más parecidos entre sí; creando dos grupos, un grupo son quienes requirieron los servicios de la empresa con mayor frecuencia y otro grupo con menor frecuencia, para lo cual se determinó el Anexo 1. –Descripción de clientes–.

Entendiendo el Anexo descrito anteriormente se procedió a seleccionar a cincuenta compradores, de los cuales treinta son empresas y veinte son personas naturales, a partir de ello se obtuvo respuesta a cuarenta encuestas. El criterio para el muestreo no probabilístico se lo consideró en base a que la autora de esta Propuesta Metodológica y Tecnológica, es quien actualmente labora en la empresa Veripet, específicamente en el área de ventas, por lo tanto mantiene el contacto directo con los clientes, razón por la cual pudo determinar y clasificar de manera eficiente las características de los clientes, tales como su naturaleza, su frecuencia de uso de los servicios, sus tiempos de pago, sus procesos de aceptación de facturas, contacto directo con cada uno de los clientes, etc., ya que se tiene acceso a la documentación necesaria para poder definir los parámetros antes mencionados, considerándolo así como una fuente de información primaria.

### 3.4. Métodos a emplear ¿Cuál y para qué?

- Para este estudio se aplicó el **método inductivo – deductivo**, ya que se realizó estudios partiendo desde lo específico para obtener resultados aplicados a

aspectos generales, como por ejemplo el análisis de los indicadores, Manual de Calidad, documentación existente bajo la Norma ISO 9001:2015, encuesta a los clientes basada en el modelo *SERVQUAL* y una base de datos de los clientes, así como también por el contrario se inició con el análisis de aspectos generales para llegar a análisis específicos, como por ejemplo el análisis de tesis, marco teórico del funcionamiento del modelo *SERVQUAL*, todo esto con el propósito de evaluar el grado de satisfacción de los clientes y proponer mejoras en los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero proporcionados por la empresa Veripet Cía. Ltda.

- **Razonamiento inductivo:** se analizó las preferencias, gustos y empatías que se tiene con los clientes, esto con el propósito de identificar y cubrir aquellas necesidades que demandan los compradores, incluyéndolas en los procesos de la compañía., así como también se evidenció cuáles han sido sus Metas y Logros, señalando lo siguiente:

**Tabla 3. Matriz de eficacia: Indicadores de la empresa Veripet año 2022.**

INDICADOR	ÁREA	META	LOGRO
Gastos totales	FINANCIERA	70%	72.62%
Incremento de ventas	VENTAS	10%	-3.86%
Cliente satisfecho		90%	94.99%
Total de quejas y reclamos		1%	0.29%
Obtener el 80% del programa de capacitación	RRHH	80%	83%
Equipos dentro de las tolerancias	OPERACIÓN	80%	100%

Herramientas de trabajo 90% operativas		90%	100%
Cumplimiento del avance de proyectos de mejora	MEJORA	70%	100%
Porcentaje de cumplimiento de objetivos	SEGUIMIENTO	75%	77.78%

Fuente: Empresa Veripet Cía. Ltda.

El motivo por el cual se ha visto impulsado el presente trabajo, es porque todos los indicadores han tenido un resultado positivo a excepción de los indicadores “Incremento de Ventas” y “Gastos Totales”, y se ha planteado poder conocer el grado de satisfacción de los clientes referente a los servicios recibidos. Ahora bien, al ser dos indicadores bastante críticos para la empresa y pese a que se observa que los indicadores “Cliente satisfecho” y “Total de quejas y reclamos” están en un rango bastante positivo, se pretende entregar una propuesta de mejora de los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero, que ayuden a mejorar positivamente estos cuatro indicadores mencionados.

### **3.5. Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias.**

Como fuente primaria, la información se obtuvo del resultado de la aplicación del método *SERVQUAL*, ya que las encuestas basadas en la estructura del método mencionado fueron aplicadas a los clientes y permitieron tener acceso a información de primera mano.

Como fuente secundaria de información se dispuso de documentación del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 que mantiene la empresa, así como también fuentes de consulta de varios medios escritos o páginas web, esto con el

propósito de realizar comparaciones y análisis de servicios de calidad a los clientes, lo que brinda información tal como por ejemplo lo menciona (Zendesk 2022):

- Es relevante que los líderes consideren el servicio al cliente como una prioridad, ya que se conoce que el 70% de las compañías reconocen la relación directa que existe entre la atención al cliente y el rendimiento de la empresa. Pese a ello, el 40% de las organizaciones indica que lo toman como prioridad a este tema.
- Los equipos de atención al cliente necesitan un cambio en su rol, y los líderes de servicio al cliente debe ir más allá de resolver problemas para transformar la organización y fomentar un crecimiento rentable.
- Las empresas tienen que lograr cumplir las expectativas de los clientes, y estas expectativas deben ser consideradas de entre las primeras ideas de las empresas, ya que el crecimiento va a depender mucho del brindar altas experiencias a los compradores y consumidores.

### **3.6. Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?**

Una vez explicado el párrafo anterior, se procede a indicar que, para efecto del presente análisis, se aplicarán:

- **Encuestas a los clientes de la empresa Veripet Cía. Ltda.,** Clientes que se caracterizan por ser de diferentes partes del país. Esta encuesta consta de veinte y dos preguntas y se realizarán con calificaciones bajo el método de la escala Likert: excelente, muy bueno, bueno, regular y malo, para así conocer el nivel de satisfacción o insatisfacción de los clientes, la estructura de estas encuestas se basará en el modelo *SERVQUAL*, mismo que abordará las

cinco dimensiones que propone este modelo, estas son: **fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles**, procediendo a agrupar cada una de estas dimensiones con sus propios atributos, que vienen siendo las características y el contenido de las preguntas y finalmente esta encuesta cerrará con una pregunta abierta en la cual el comprador puede colocar sugerencias o comentarios referente al servicio recibido.

Esta encuesta se realizará haciendo uso de la herramienta Google, mediante su aplicativo Formularios y será enviada vía WhatsApp y correo electrónico a cada uno de los clientes seleccionados. Cabe mencionar que, para motivar a las respuestas de los clientes, se ofrecerá un 5% de descuento en su próximo consumo, en agradecimiento por su tiempo brindado al contestar la encuesta.

Así como también, para obtener datos se realizó:

- **Observación directa**, misma que resulta útil para evaluar dentro de un tiempo y situación real el comportamiento de los clientes de la empresa de este caso de estudio, esto permitirá obtener datos más confiables, ya que se ha manteniendo contacto y trato directo con el cliente, así como también en el ambiente laboral en el cual se desarrollan todas las actividades de la empresa Veripet Cía. Ltda.
- **Análisis documental**, mismo que permitirá tener acceso a información directa referente a registros y evidencia de los clientes de la compañía Veripet Cía. Ltda., tales como Manual de Calidad, Procedimientos administrativos, organigrama y mapas de procesos, de esta manera se recabará

la información relevante para la ejecución de la presente Propuesta Metodológica y Tecnológica.

### **3.7.Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.**

Método de contraste y comprobación. Para la presente propuesta metodológica se ha considerado recurrir al análisis correlacional para comprobar y analizar la asociación que presenta la variable dependiente que es el nivel de complacencia de los clientes con cada una de las dimensiones que aborda el modelo *SERVQUAL*, para lo cual se pretende realizar esta propuesta metodológica y tecnológica, para determinar desde el punto de vista estadístico, si la hipótesis planteada es comprobada o no. Además, se utilizarán las herramientas tecnológicas de Excel y de IBM SPSS.

#### **3.7.1. Formulación de hipótesis**

El nivel de satisfacción de los clientes se incrementará a medida que se desarrollan mejoras en el servicio prestado por la empresa Veripet Cía. Ltda.

##### **3.7.1.1 Variable independiente**

Mejoras en los servicios de inspección industrial e hidrocarbúfero proporcionados por Veripet Cía. Ltda.

Los servicios de inspección industrial e hidrocarbúfero a ser mejorados son analizados de acuerdo a las cinco dimensiones del método *SERVQUAL*.

### **3.7.1.2 Variable dependiente**

El grado de satisfacción de los clientes. Luego de hechas las mejoras en los procesos servicios de inspección industrial e hidrocarburiífero proporcionados por Veripet Cía. Ltda., será evaluado con las mismas dimensiones del método SERVQUAL.

Luego de hechas las mejoras en los procesos servicios de inspección industrial e hidrocarburiífero proporcionado por Veripet, la satisfacción del cliente será evaluado de acuerdo a las mismas dimensiones del modelo SERVQUAL, mencionadas anteriormente.

Se desarrolla la primera fase que consiste en aplicar la encuesta y analizar sus resultados y así proceder a proponer las mejoras y posterior analizar los resultados de su aplicación o no aplicación, se entiende esta última parte ya que esto dependerá de la alta gerencia.

Ahora bien, esta encuesta arrojó los resultados de cuarenta personas:

## **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.**

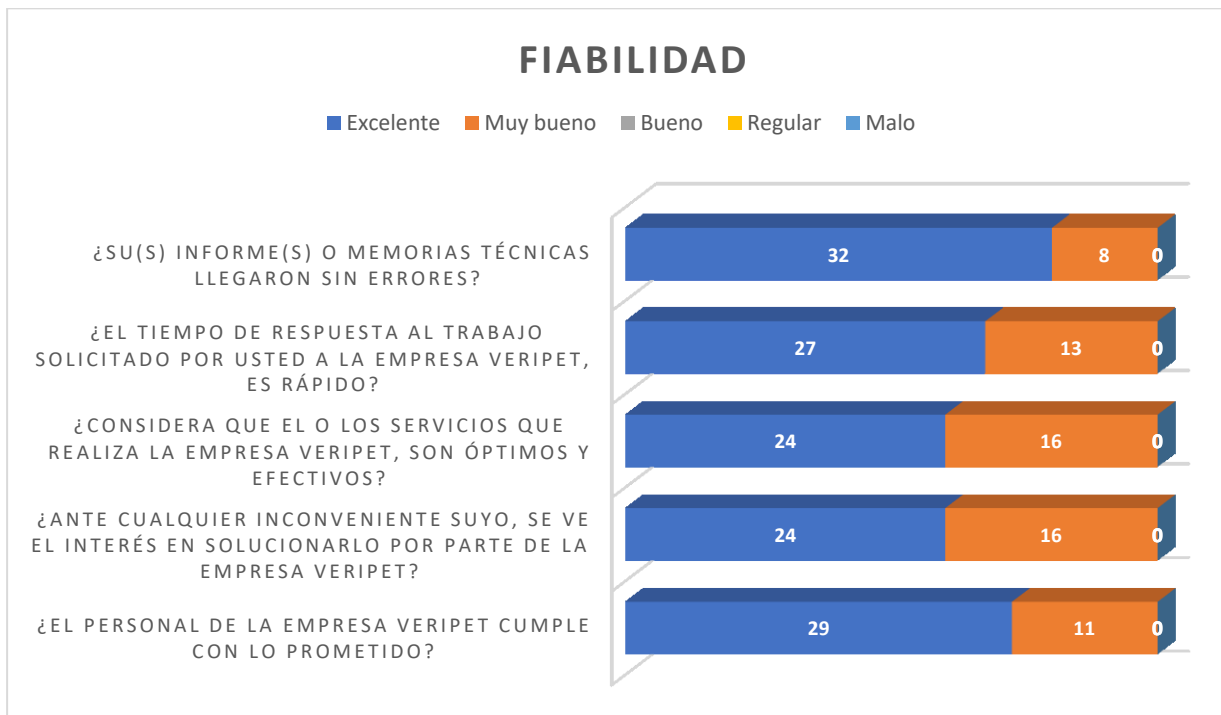
### **4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.**

El análisis de los datos arrojados de las encuestas se evidencia claramente que referente a la calidad de los servicios, los compradores no tienen mayor descontento, ya que se puede observar que sus respuestas dentro de la escala de Likert, se ubican entre excelente y bueno, esto fue contrastado en la Matriz de Eficacia: Indicadores de la empresa Veripet Cía. Ltda., realizada por su departamento de Sistema de Gestión de la Calidad, en donde se pudieron observar los indicadores anuales, que inicia en octubre 2021 hasta septiembre 2022 y los resultados de las encuestas muestran que en efecto, los indicadores “Cliente satisfecho” y “Total quejas y reclamos” y su alto porcentaje logrado por la compañía, coincide con el alto porcentaje de nivel de satisfacción del cliente detallado a continuación obtenido de la encuesta basada en el modelo *SERVQUAL*, que fue aplicada a los clientes.



#### 4.1.1. Tabulación de los datos de la encuesta basada en el modelo *SERVQUAL*.

**Gráfico 2. Fiabilidad, pre encuesta.**

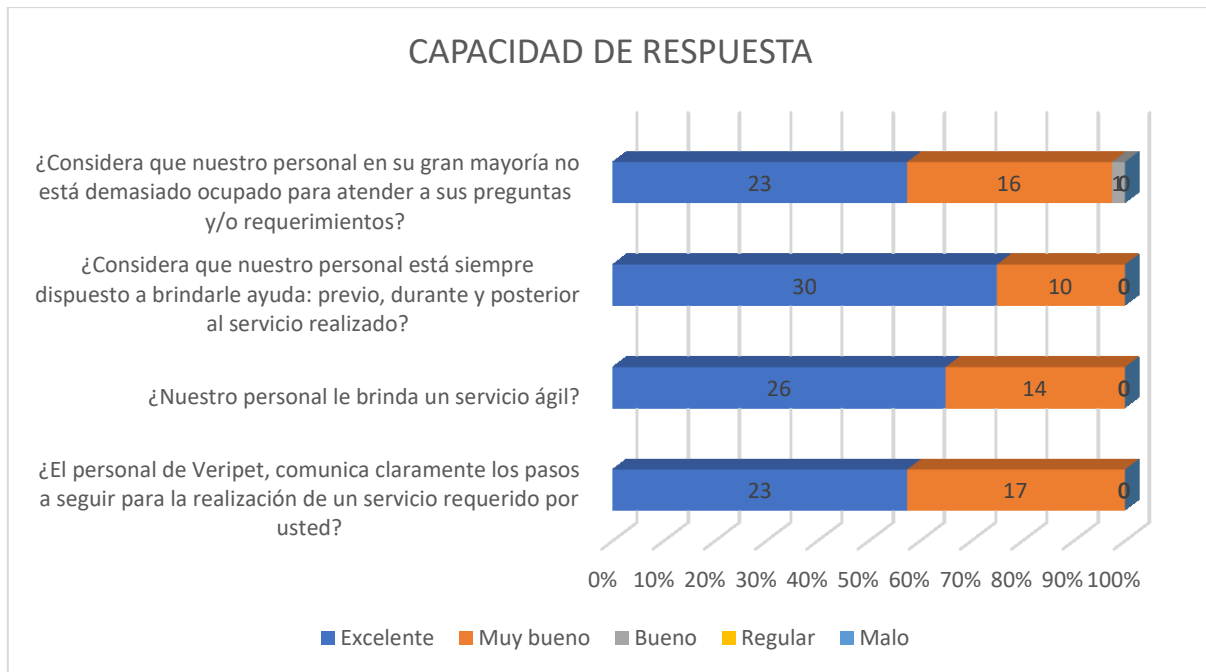


*Fuente:* Encuesta *servqual*.

*Elaborado por:* Autora.

**Interpretación y análisis:** Como se constata en el gráfico, los compradores de la organización Veripet, determinan a la fiabilidad de la compañía entre dos respuestas bastante positivas. Con lo cual, se interpreta que este es el resultado de que la empresa haya definido claramente instructivos técnicos y que dentro de cada uno de ellos conste la función que cumplen, es decir estos instructivos han ayudado a la empresa a definir claramente la importancia de brindar servicios que otorguen una muy buena fiabilidad a sus clientes.

**Gráfico 3. Capacidad de respuesta, pre encuesta.**



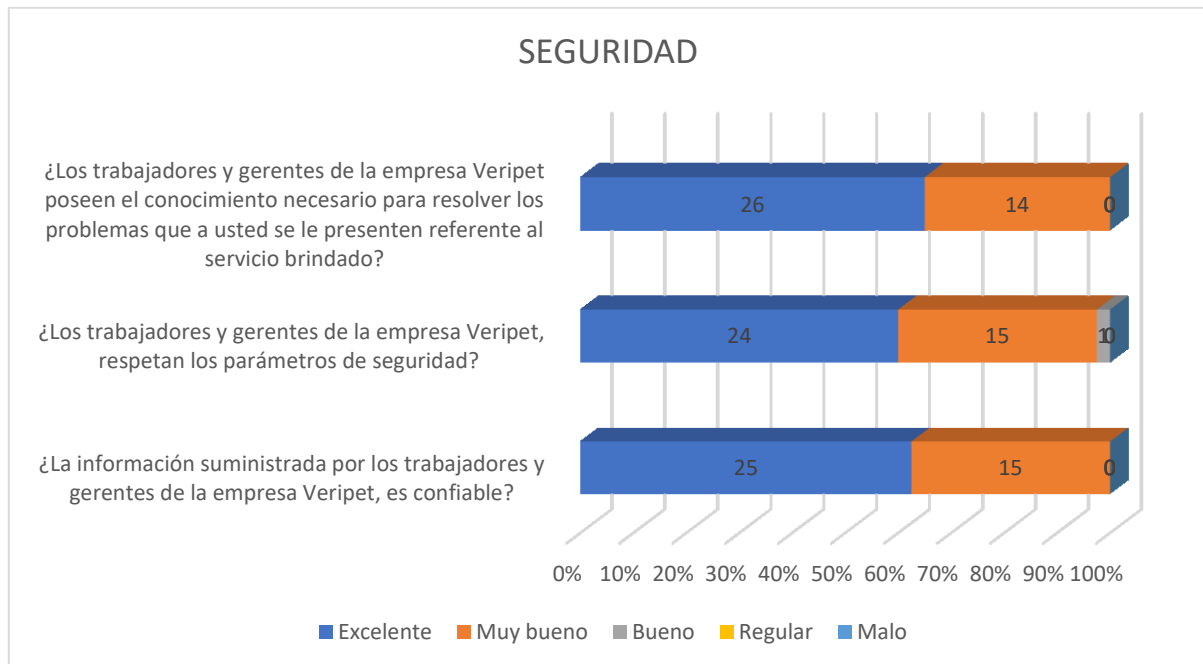
*Fuente: servqual.*

*Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** Al apreciar los resultados de esta dimensión que propone el modelo *SERVQUAL*, se corrobora que la mayoría de clientes de la compañía Veripet, ubican su nivel de satisfacción entre excelente y bueno. Seguramente estos resultados se obtienen gracias a que la empresa Veripet tiene implementado la Norma de Calidad ISO 9001:2015, es decir proyecta al cliente que la atención de Veripet, está centrada en sus clientes; sin embargo, específicamente en la pregunta “¿Considera que nuestro personal en su gran mayoría no está demasiado ocupado para atender a sus preguntas y/o requerimientos?”, el 10% de encuestados señalan este servicio como -bueno-, lo cual se puede interpretar de que en la compañía hace falta un sentido de pertenencia empresarial, aquel sentimiento de todos los colaboradores de la organización de formar parte de la compañía Veripet y que este sentido de pertenencia sea

proyectado hacia los clientes, para que de tal forma todos los clientes en esta pregunta puedan ubicar su respuesta en -excelente-.

**Gráfico 4. Seguridad, pre encuesta.**

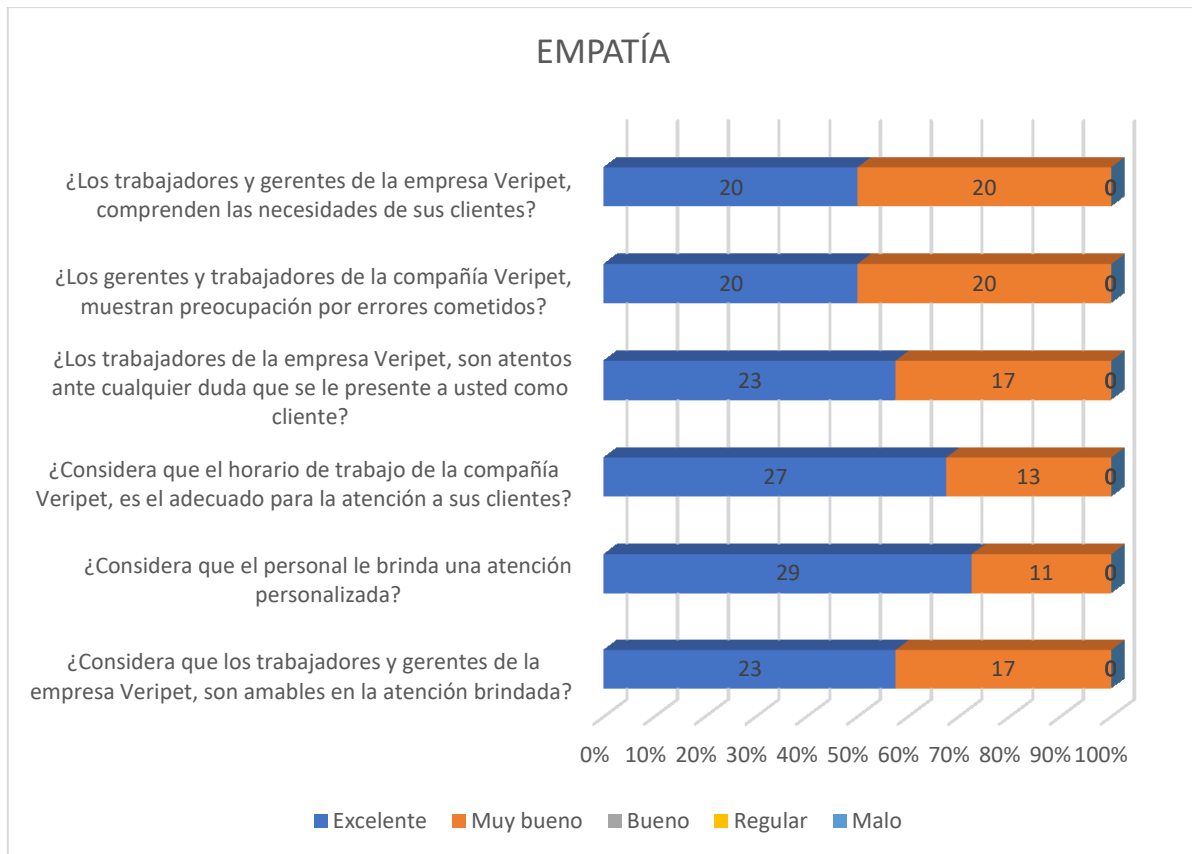


*Fuente:* Encuesta servqual.

*Elaborado por:* Autora.

**Interpretación y análisis:** Como se aprecia en la tabla de la dimensión de seguridad que propone el modelo *SERVQUAL* los resultados de la satisfacción de los compradores, arroja que se ubica entre excelente, muy bueno y bueno, es decir ellos perciben el ámbito de la seguridad relativamente alta; sin embargo, ciertas personas han considerado que la seguridad no es ni tan alta, ni tan baja. De acuerdo al gráfico se observa que esta calificación como “bueno” aplica para la pregunta “¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, respetan los parámetros de seguridad?”, para lo cual se diagnóstica nuevamente una falta de sentido de pertenencia empresarial en los colaboradores, ya que la ausencia de este factor está aterrizando en la falta de seguridad en los clientes de la compañía.

**Gráfico 5. Empatía, pre encuesta.**

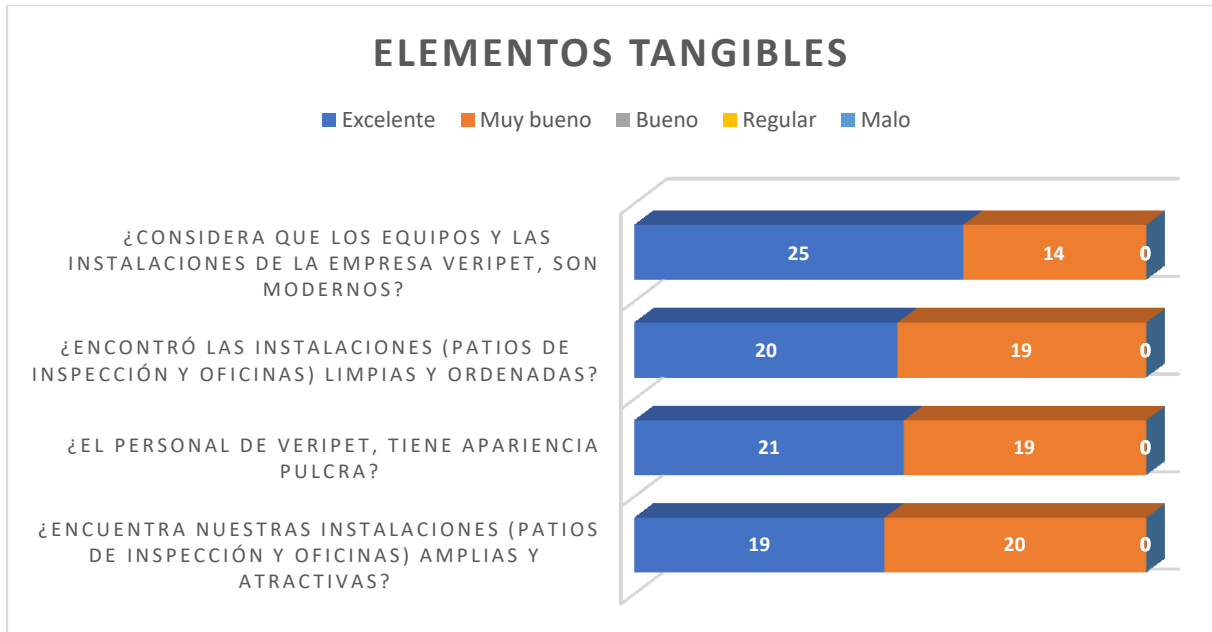


*Fuente: Encuesta servqual.*

*Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** Como se aprecia en la tabla de la dimensión de Empatía que propone el modelo *SERVQUAL* los datos de la satisfacción de los clientes, señala que se ubica entre excelente y muy bueno. Estos resultados son altamente importantes para la empresa, ya que indica que la empresa está proyectando su compromiso de atención al cliente y este lo está receptando de manera positiva.

**Gráfico 6. Elementos tangibles, pre encuesta.**



*Fuente:* Encuesta servqual.

*Elaborado por:* Autora.

**Interpretación y análisis:** Como se aprecia en la tabla de la dimensión de elementos tangibles que propone el modelo *SERVQUAL* los resultados de la satisfacción de los clientes, señala que se ubica entre excelente y muy bueno. En este aspecto nuevamente, los clientes encajan a la compañía entre las dos primeras opciones -excelente- y -muy bueno-, lo cual ubica a la empresa como aquella que dispone de la suficiente infraestructura y equipamiento para subir los estándares de calidad que la empresa Veripet ofrece.

#### 4.2. Propuesta Metodológica.

Ahora bien, los resultados obtenidos de la aplicación de la primera encuesta reflejan el estado actual en el cual se encuentra la compañía Veripet, referente a la satisfacción de los clientes y se observa que en base a la escala de Likert, las respuestas de los clientes se encajan entre excelente y bueno en cada una de las dimensiones que plantea el modelo *SERVQUAL*, además realizando el análisis de esta satisfacción del cliente, se obtuvo un resultado del 61.50%

de clientes satisfechos, este resultado puede ser observado a mayor detalle en el **Anexo 6: Determinación de la variable dependiente: Último trimestre 2022**, lo cual conlleva a incrementar una mayor presión organizacional para aumentar este dato porcentual y que de tal manera este aumento recaiga también en una creciente de los resultados de las utilidades generadas por la empresa, por lo tanto mediante el memo N° 30 se entrega y se propone por escrito las mejoras que la empresa puede realizar, junto con los respectivos análisis de implementación, estas mejoras se las entrega en un cuadro llamado “Plan de Acción”

#### **4.2.1. Premisas o supuestos.**

Por lo tanto, en una reunión de Revisión por la dirección se propone a la directiva que plantee y busque:

Incentivar a todas las áreas de la empresa, que de tal manera su principal enfoque este dirigido hacia el elemento con mayor peso dentro de la empresa, que en este caso son sus clientes. Es importante concientizar a los colaboradores en este aspecto de atención primordial a la clientela, para que así ayuden a impulsar a la empresa para que destaque en el mercado. Esto se lo puede realizar mediante charlas y reestructurando KPIs dentro de la organización.

Adicional, se sugiere capacitar al personal en atención al cliente, con metodologías modernas que busquen cumplir las expectativas de los clientes de la empresa.

Por otra parte, la actualidad y el nivel de rapidez con la que fluye la información gracias a la tecnología y las compras online, hoy en día el servicio de atención al cliente debe ser considerado como un aspecto bastante particular a la percepción del cliente. Gracias a las actividades online, los clientes esperan un servicio ágil, sencillo y eficaz, y gracias a estudios realizados a nivel mundial se asume que, si los clientes no encuentran estas características,

seguramente buscarán aquellos servicios que si cumplan estas expectativas. Para lo cual se propone a la directiva de la empresa Veripet implementar una metodología con la ayuda de la herramienta Excel, la cual emita automáticamente un recordatorio al departamento de ventas de la empresa, indicando que las certificaciones de los clientes e inspecciones de sus vehículos, equipos, maquinarias, etc., están por caducar que de tal manera Veripet pueda poner a consideración de dichos clientes sus servicios para ayudarles con sus renovaciones de inspecciones y/o certificaciones. Es importante, mantener el correcto funcionamiento de esta herramienta Excel, además en estos recordatorios a los clientes es relevante mantener promociones y descuentos que logren captar al cliente, sin dejar de lado el compromiso de la empresa de mantener su alto nivel de calidad.

(Zendesk, 2022) señala que, de 97.500 empresas encuestadas, sus líderes afirman que el servicio gentil y de calidad que se brinde, puede incentivar las ventas, detallado en la siguiente tabla:

**Tabla 4. Porcentajes de incentivos de ventas.**

93%	Las empresas tendrán que satisfacer la demanda de los clientes que prefieren opciones específicas para comunicarse con el servicio de atención al cliente, como por ejemplo proporcionar enlaces que dirijan a los clientes a información rápida y detallada.	92%	Los consumidores estarán dispuestos a invertir más dinero en aquellas empresas que les garanticen que no tendrán que volver a proporcionar la misma información de manera reiterativa.
90%	Las empresas que personalizan el servicio de atención al cliente tendrán una mayor preferencia por parte de los clientes.	89%	Las empresas que proporcionen información y respuestas sin necesidad de que los clientes contacten a alguien serán más atractivas para ellos y los preferirán.

*Fuente: Zendesk*

La información proporcionada en este recuadro, es una oportunidad de mejora para la compañía Veripet, por lo cual se debe promover a la disminución de errores cometidos durante el desarrollo del servicio, es decir desde que el cliente está buscando información para optar por los servicios de inspección y certificaciones de aspectos industriales e hidrocarbúricos, hasta que el cliente reciba a total conformidad sus informes. Se plantea que la reducción de errores se lo puede efectuar automatizando la generación de informes, de tal manera que a la par trabajen los programas de Office, mismos que la compañía Veripet utiliza para generar informes y reportes finales para el cliente, esto con la meta de mermar tiempos de entrega de informes y disminuir significativamente posibles errores.

Por otro lado, se sugiere que se debe tener una constante actualización y control de la página web de la empresa, mismo que lo lleva a cabo el proveedor de asistencia tecnológica de la compañía Veripet.

Igualmente, se plantea a la directiva de la compañía Veripet, realizar una inversión en marketing digital, esto trata de ubicar a la empresa en el Centro de Búsqueda Universal “Google” en los primeros resultados de búsqueda por palabras o frases que refieran a los servicios que brinda la empresa, lo que permitirá que aquellos consumidores que desconocen a la empresa se conviertan en posibles clientes debido a la rapidez de visualización.

En este mismo contexto, aplicando la técnica de **Observación directa** desde el área de ventas, se identifica que el mercado de la compañía Veripet, exige precios más económicos, para lo cual se plantea que la gerencia de esta empresa proceda con una revisión de precios y se puedan ajustar a lo que los clientes esperan, esto se lo puede considerar como una oportunidad, ya que sería importante tener precios más competitivos, pero siempre haciéndole conocer al cliente que se está mejorando dicho precio, por ejemplo identificando un descuento



y por mínimo que este sea, el cliente deberá conocer tal reducción en el precio y quedará cautivado de cierta manera porque se sintió favorecido.

Actualmente, la demanda del sector industrial e hidrocarburífero busca pagar menos por el mismo servicio que mantenga los estándares de calidad, lo cual puede ser una oportunidad para fidelizar clientes y por ende incrementar ventas.

Del mismo modo, la demanda de este sector del mercado busca créditos directos, es decir requieren que las empresas entreguen los informes previamente para posterior realizar los pagos, piden créditos a treinta días o más, o a su vez ofrecen pagar con cheques posfechados lo cual es un riesgo para la empresa de que para entonces el cheque no disponga de fondos. Esta situación genera una cartera vencida de cobro bastante extensa, por lo cual en vista de esta circunstancia se propone que la directiva de la empresa Veripet, implemente un sistema de cobro mediante Datafast, ya que esto facilitaría a los clientes proceder con los pagos con tarjetas de crédito, que de tal manera el dinero ya sería saldado directamente con el banco, así se dispondría de más flujo en efectivo y no únicamente dinero en papeles, que en este caso son facturas vencidas pendientes de cobro.

Asimismo, realizando un análisis de los procedimientos administrativos se identifica el procedimiento de Quejas y Reclamos, en el cual se sugiere colocar los contactos de las personas a quien se pueden o deben realizar quejas y/o reclamos, aquí se debe especificar horarios de atención, nombres, cargos, e-mails y números de contactos celular que dispongan de WhatsApp y número convencional con su respectiva extensión.

De igual manera, tomando en consideración una sugerencia dada por un cliente en la encuesta realizada, en la cual solicita textualmente: “Desde mi punto de vista, la información

requerida para el tema de la calibración entre otros, deben ser procesadas con un formato en PDF en donde se describan los pasos a seguir para así evitar cualquier falta de información e incluso en caso de que el usuario se le olvide los requerimientos; para así poder evitar las llamadas en horarios fuera de oficina. Sin embargo, fue un buen servicio.”, dado esto, se plantea realizar un listado de los requisitos que los clientes deben preparar previo a la ejecución de cada servicio y junto a las ofertas se enviarían estos requisitos; así como también proporcionar de esta información de requisitos a los responsables de los patios de inspección de la empresa, ubicados en Quito, El Sacha y Guayaquil.

Finalmente, se plantea la creación de un departamento de Innovación Desarrollo e Investigación, con la finalidad de que ayude a crear nuevas tecnologías que faciliten el trabajo de la empresa, que permitan el desarrollo de procesos más eficientes y además que facilite conocer de una manera más amplia el sector y las competencias que hay en el mercado, esta propuesta no debería ser descartada por el motivo de que Veripet es una organización pequeña, más bien ese debería ser uno de los principales motivadores para que el departamento de I+D+i sea creado, esta inversión va a impulsar a la compañía hacia su crecimiento, ya que este departamento deberá estar en constante trabajo para ofrecer a la empresa estudios de mercado y desarrollo de nuevas tecnologías que le permitan optimizar gastos y recursos, y así hacer crecer sus utilidades.

#### **4.2.2. Objetivo de la propuesta metodológica**

Mencionando nuevamente a Zendesk (2022), quien indica que después de dos años de adaptación y transformación las empresas buscan seguir creciendo, pero lo que exige la actualidad para crear un negocio realmente sólido y exitoso es que los representantes de las empresas solo tienen que enfocarse en sus propios clientes, esta propuesta metodológica busca

que todas las respuestas de la encuesta dadas por los clientes, se ubiquen únicamente en la casilla excelente de la escala de Likert.

Adicionalmente, es importante mencionar que el “Plan de Acción” presentado, se realizó con el propósito de que la empresa sea capaz de abordar el Marketing Mix de las 7Ps y las cinco dimensiones que menciona el modelo *SERVQUAL*.

#### **4.2.3. Objeto de la propuesta**

La presente propuesta metodológica y tecnológica concierne directamente al área de ventas ya que son quiénes tienen el trato directo con el cliente y como se ha venido mencionando, uno de los objetivos de esta propuesta es buscar incrementar la satisfacción de estos clientes, en función de los servicios recibidos por la empresa Veripet Cía. Ltda., y por otro lado de manera indirecta esta propuesta recae en los departamentos de gestión de calidad, de recursos humanos, técnico y departamento de tecnologías de la información, sin dejar de lado a la alta gerencia que son los encargados de destinar o no los recursos para que se lleve a cabo el -Plan de Acción- puesto a consideración.

Por otro lado, es importante revisar el anexo “Plan de Acción” propuesto y referirse a las columnas -*ACCIONES*- y -*RECURSOS REQUERIDOS*- en las cuales se detallan todos los supuestos que deben llevarse a cabo para que cada uno de los objetivos de este “Plan de Acción” logren desarrollarse y por ende cumplirse.

En este mismo anexo “Plan de Acción” se encuentran determinados los requisitos que deben cumplirse para realizar la implementación de esta propuesta metodológica, por cada ítem de dicho “Plan de Acción” lo cual se va a encontrar detallado en la columna -*REQUISITOS*-

### **4.3. Responsables de la implementación y control**

Se han establecido los responsables para la ejecución y seguimiento de esta Propuesta Metodológica, conociendo cada uno de sus roles dentro de la organización, es decir se buscó aquel personal más idóneo para que pueda lograr de una manera eficiente y eficaz el propósito del -Plan de Acción-, mismo que busca aumentar la satisfacción de los clientes y por ende incrementar los ingresos de la compañía Veripet Cía. Ltda. Pese a que de manera general a continuación se nombran los cargos de las personas responsables, que son: Gerente General, Asistente de Calidad, Asistente de Gerencia, Inspectores Técnicos, Técnico de Sistemas y Contadora. Se señala que para conocer de forma más detallada cada uno de los responsables con sus requisitos, roles y perfiles, se debe dirigir al Anexo de Personal.

### **4.4. Fase para una puesta en práctica**

La implementación de la presente Propuesta Metodológica se ha estructurado en base a la elaboración de un respectivo cronograma conocido como -Diagrama de GANTT-, se consideró esta herramienta gráfica con el objetivo de tener una perspectiva clara y dinámica del plan de acción y su respectivo trabajo, además con este -Diagrama de GANTT- se buscó gestionar y planificar la presente propuesta metodológica, realizando un seguimiento y control del progreso del proyecto. De la misma forma, con este cronograma se buscó asegurar que esta propuesta se realice de manera eficiente y efectiva dentro del tiempo establecido, facilitando conocer la secuencia de actividades, la designación de los equipos de trabajo y por ende tener acceso a posibles puntos débiles que puedan ocasionar retrasos para así determinar medidas preventivas.

**Gráfico 7. Diagrama de GANTT**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES: PLAN DE ACCIÓN (PROPUESTA METODOLÓGICA)																				
Nombre del proyecto		PLAN DE ACCIÓN (PROPUESTA METODOLÓGICA) CASO: VERIPET CÍA. LTDA.																		
Encargado del Proyecto		Samanta Cruz																		
Fecha de inicio proyecto		27/12/2022																		
No.	Actividad	Responsable	Semana 1		Días Laborables	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15
			Inicio	Fin		Avance	26/12/2022	02/01/2023	09/01/2023	16/01/2023	23/01/2023	30/01/2023	06/02/2023	13/02/2023	20/02/2023	27/02/2023	06/03/2023	13/03/2023	20/03/2023	27/03/2023
ACTIVIDADES: TOMA DE DATOS EN EL CAMPO PARA LA EVALUACION DE LAS TABLAS DE CALIBRACIÓN, REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS DE VERTICALIDAD, REDONDEZ Y ASENTAMIENTO, MEDICIONES DEL DIAMETRO Y ESPESORES EN EL PRIMER ANILLO DE LOS TANQUES VERTICALES Y TOMA DE ESPESORES, PRUEBAS DE ESTANQUEIDAD Y PARAMETROS DIMENSIONALES EN TANQUES HORIZONTALES.																				
1.1	En el área de RRRH se incrementa un KPI el cual consiste en: Desarrollar en los trabajadores el enfoque al sentido de pertenencia empresarial en al menos el 50% durante el año 2023. En el área de VENTAS: Incrementar la meta de satisfacción del cliente al 98% en el año 2023. Reestructurar el KPI de ventas a un incremento del 5% en el año 2023.	Asistente de Calidad	27/12/2022	04/01/2023	9	9%	7													
1.2	Capacitar al personal en atención al cliente, con metodologías modernas que busquen cumplir con las expectativas de los clientes de la empresa.	Asistente de Calidad	03/01/2023	05/01/2023	3	18%	3													
1.3	Establecer un registro de seguimiento de clientes, identificando las fechas de caducidad de sus equipos y gestionar mediante comunicaciones con el cliente las respectivas renovaciones. (es una actividad progresiva)	Asistente de Calidad y Asistente de Gerencia	03/01/2023	06/01/2023	4	27%	4													
1.4	Automatizar la generación de informes (es una actividad progresiva)	Inspectores técnicos	03/01/2023	27/03/2023	84	96%	60													
1.5	Requerir al proveedor de TCs un Informe Mensual acerca del estatus, mejoras y/o cambios que se hayan realizado en la página web de la compañía.	Técnico de Sistemas	03/01/2023	09/01/2023	7	86%	1													
1.6	Inversión en marketing digital, es decir pagar por publicidad en Google.	Técnico de Sistemas	10/01/2023	12/01/2023	3	50%	1													
1.7	Proceder con una revisión de precios y que estos se puedan ajustar a lo que los clientes esperan recibir (es una actividad progresiva)	Asistente de Gerencia	09/01/2023	09/03/2023	60	64%	1													
1.8	Implementar un sistema de cobro mediante Datafast	Contaduría	10/01/2023	12/01/2023	3	73%	1													
1.9	Mejorar el procedimiento de Quejas y Reclamos	Asistente de Calidad	03/01/2023	04/01/2023	2	82%	2													
1.10	Realizar un listado que detalle los requisitos que los clientes deben preparar previo a la ejecución de cada servicio	Asistente de Gerencia y Asistente Administrativa	13/01/2023	19/01/2023	7	91%	5													
1.11	Crear e implementar un departamento de Innovación Desarrollo e Investigación I+D+I	Técnico de Sistemas	05/01/2023	05/02/2023	32	100%	22													
1.12	FINALIZACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA	Asistente de Gerencia	25/03/2023	30/03/2023	6	100%	4													
FECHA:		Quito, 22 de diciembre de 2022																		
Elaborado por:		Autora																		

Por otro lado, refiriéndose al aspecto de los recursos necesarios para el desarrollo del Plan de Acción, es imprescindible dar a conocer que dichos recursos son todos aquellos medios conocidos como humanos, financieros, tecnológicos y materiales. Para el presente estudio, cada uno de estos recursos se detallan a continuación:

**Tabla 5. Recurso humano designado para la presente Propuesta Metodológica y Tecnológica.**

Item	Mejora de Procesos	Gerente General	Asistente de Calidad	Asistente de Gerencia	Asistente Administrativa	Inspectores técnicos asignados	Técnico de Sistemas	Contadora
1	KPIs	L / A	R	-	-	-	-	C
2	Atención Cliente	A	R	L / C	-	-	-	-
3	Seguimiento servicios	A	L / R	R	C	-	-	-
4	Automatización registros	A	L / I	-	-	R / C	-	-
5	Control Página Web	L / A	-	-	-	-	R / C	-
6	Plataforma Google	L / A	-	-	-	-	R / C	-
7	Revisión de precios	L / A	-	R	-	-	-	C
8	Créditos exigidos	A	-	L	-	-	-	R / C
9	Mejora procedimiento Quejas/Reclamos	L / A	R / C	-	-	-	-	-
10	Determinar requisitos de inspecciones	A	-	R	R	L	-	-
11	Creación departamento I+D+D	L / A	-	-	-	-	R / C	-

*Elaborado por: Autora*

*Fuente: Módulo Gestión de Proyectos empresariales UPS*

**Tabla 6. Recurso humano y sus responsabilidades.**

Rol:	Tarea	Responsabilidad en la tarea asignada:
L	Líder	Liderar, controlar la actividad y cerrar los requisitos
A	Aprobar	Revisar lo propuesto y consecuentemente decidir si es aprobado o no.
C	Consultado	Analizar la información recibida y entregar sugerencias, experiencias o comentarios al respecto.
R	Responsable	Gestionar la actividad asignada, con el propósito que su entregable sea exitoso

*Elaborado por: Autora*

*Fuente: Módulo Gestión de Proyectos empresariales UPS*

**Tabla 7. Recurso humano y sus roles.**

Rol	Rol dentro de la empresa	Descripción del ROL
L	Líder	Individuo responsable de dirigir, supervisar y sincronizar una tarea.
A	Aprobar	Persona o entidad con la autoridad para gestionar y asignar los recursos del proyecto, tomar decisiones y otorgar aprobaciones.
C	Consultado	Individuo o entidad cuya experiencia técnica o gerencial es importantes para tomar decisiones en una actividad.
R	Responsable	Individuo o entidad encargada de generar y completar un entregable de una actividad.
I	Informado	Individuo o entidad que requiere actualizaciones periódicas sobre el estado de la actividad.

*Elaborado por: Autora*

*Fuente: (Fernández Gómez 2007)*

**Tabla 8. Recursos tecnológicos y materiales: Plan de Acción.**

<p align="center"><b>PLAN DE ACCIÓN</b></p> <p align="center"><b><u>REALIZADO EN BASE A ESTUDIO ACADÉMICO "PROPUESTA DE MEJORA DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y DE LOS PROCESOS DE SERVICIOS DE INSPECCIÓN INDUSTRIAL E HIDROCARBURÍFERO: CASO EMPRESA VERIPET CÍA. LTDA."</u></b></p>								
ITEM	OBJETIVOS	REQUISITOS	ACCIONES (¿Qué se va hacer?)	RECURSOS REQUERIDOS (¿Qué recursos se necesitan?)	RESPONSABLE ¿Quién es el responsable? Implementación y Control	FECHA DE CULMINACIÓN	META ALCANZADA	Observaciones
							SI / NO	



1	Reestructuración de KPIs dentro de la organización Veripet, que fortalezca e incentive a la mejora continua dentro de la organización	<p>1. No ocasionar recorte de personal.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	<p>Mantener indicadores del 2022 a excepción de: En el área de RRHH se incrementa un KPI el cual consiste en: Desarrollar en los trabajadores el enfoque al sentido de pertenencia empresarial en al menos el 50% durante el año 2023. Este KPI se cuantificará de la siguiente manera: Fomentar el trabajo en equipo por departamento (25%) Construir relaciones de confianza entre jefe y colaboradores (25%) Reconocer sus logros trimestralmente (25%) Brindar oportunidades de carrera</p>	<p>Invertir en capacitaciones acerca del sentido de pertenencia empresarial y el sentido de responsabilidad empresarial. Establecer cuadro de incentivo por cada departamento de la organización. Realizar encuestas de satisfacción a clientes externos e internos. Establecer un buzón interno de la empresa de sugerencias a la mejora continua de la</p>	Gerencia General / Asistente de Calidad / Departamento Contabilidad	4/1/2023	SI	N/A
---	---	--	---	--	---	----------	----	-----

			<p>organizacional (25%) En el área de VENTAS: Incrementar la meta de satisfacción del cliente al 98% en el año 2023. Reestructurar el KPI de ventas a un incremento del 8% en el año 2023.</p>	<p>empresa. Realizar el balance mensual financiero del año 2023 y comparar los resultados referentes al 2022.</p>				
2	<p>Mejorar la atención al cliente por parte de cada colaborador de la empresa VERIPET.</p>	<p>1. Actividad a ejecutarse únicamente en colaboradores que formen parte de la empresa Veripet. 2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	<p>Capacitar al personal en atención al cliente, con metodologías modernas que busquen alcanzar el cumplimiento de las expectativas de los clientes de la compañía.</p>	<p>Recurso económico</p>	<p>Gerencia General / Asistente de Calidad / Asistente de Gerencia</p>	<p>5/1/2023</p>	<p>SI</p>	<p>N/A</p>



3	Realizar el seguimiento correspondiente a las renovaciones de las certificaciones emitidas a los diferentes ítems inspeccionados tal como: autotanques, equipos de izaje, maquinaria etc.	<p>1. Acceder a la base de datos y registros de todas las inspecciones realizadas.</p> <p>2. No afectar negativamente en las normas que maneja la empresa, tales como: ISO 9001:2015 e ISO 17020:20213.</p> <p>3. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	Establecer un registro de seguimiento de clientes, identificando las fechas de caducidad de sus equipos y gestionar mediante comunicaciones con el cliente las respectivas renovaciones.	Delegar a un responsable de control de servicios.	Gerencia General / Asistente de Gerencia / Asistente Administrativa	6/1/2023	SI	N/A
---	---	--	--	---	---	----------	----	-----



4	Automatizar los registros de inspección que permita disminuir errores en las memorias técnicas entregadas a los clientes	<p>1. Disponer de acceso a la base de datos y registros de todas las inspecciones realizadas.</p> <p>2. No afectar negativamente en las normas que maneja la empresa, tales como: ISO 9001:2015 e ISO 17020:20213.</p> <p>3. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación del alta Gerencia de la empresa.</p>	Automatizar la generación de informes	Designar a un responsable por grupo de servicio, quién será el encargado de automatizar su proceso. Capacitar a los responsables en la automatización de información. Recurso económico.	Gerencia General / Inspectores Técnicos / Asistente de Calidad	27/3/2013	SI	N/A
---	--	---	---------------------------------------	--	--	-----------	----	-----

5	Tener una constante actualización y control de la página web de la empresa.	<p>1. Disponer de un especialista en Tecnologías de la Información y/o Softwares.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	Requerir al proveedor de TICs un Informe Mensual acerca del estatus, mejoras y/o cambios que se hayan realizado en la página web de la compañía.	Informe Mensual acerca del estatus de la página web de la compañía.	Proveedor de Soporte Técnico y Tecnológico TIC's	9/1/2023	SI	N/A
6	Ubicar a la empresa en el Centro de Búsqueda Universal "Google" en los primeros resultados de búsqueda por palabras o frases que refieran a los servicios que brinda la empresa.	<p>1. Disponer de un especialista en Tecnologías de la Información y/o Softwares.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta</p>	Inversión en marketing digital, es decir pagar por publicidad en Google.	Ubicar a la empresa como anuncio en Google, costos: Estos van a variar, pero según estudios se dice que las pequeñas y medianas empresas invierten entre \$500 y \$100 UDS., mensualmente, ya que Google	Proveedor de Soporte Técnico y Tecnológico TIC's	12/1/2023	NO	Pese a que a la Gerencia de la empresa Veripet le pareció un buen punto de mejora, no lo ejecutó debido a falta de presupuesto económico, esperan poderlo implementar más adelante, cuando se

		Gerencia de la empresa.		cobra por cada clic que reciba la publicidad, además que el costo dependerá de las palabras claves que se utilicen y la frecuencia de su uso entre la población.				disponga del recurso económico necesario.
7	El mercado de la compañía Veripet, exige precios más económicos.	1. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa. 2. No ocasionar recorte de personal.	Proceder con una revisión de precios y que estos se puedan ajustar a lo que los clientes esperan recibir.	Ofertas, Balances financieros (Gastos, Costos y Ventas) Estudios de mercado	Gerencia General / Departamento Contabilidad / Asistente de Gerencia	9/3/2023	SI	N/A

8	<p>La demanda de este sector del mercado busca créditos directos, es decir requieren que las empresas entreguen los informes previamente para posterior realizar los pagos, esta situación genera una cartera vencida de cobro bastante extensa para la empresa.</p>	<p>1. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	<p>Implementar un sistema de cobro mediante Datafast, ya que esto facilitará a los clientes proceder con los pagos con tarjetas de crédito, que de tal manera el dinero ya sería saldado directamente con el banco, así se dispondría de más flujo en efectivo.</p>	<p>Implementar Datafast para cobros.</p>	<p>Gerencia General / Departamento Contabilidad</p>	<p>12/1/2023</p>	<p>NO</p>	<p>La Gerencia junto con el departamento de cobranzas se encargó de investigar acerca de lo sugerido como mejora; sin embargo concluyeron que el costo que cobran los bancos por la implementación de Datafast es muy significativo en estos momentos para la empresa, y por el contrario si ese porcentaje se lo cargan a los clientes, los precios de los servicios se elevarían, lo cual ocasionaría que los clientes no elijan a</p>
---	--	--	---	--	---	------------------	-----------	--

								Veripet por sus precios algo más elevados que lo que ofrece la gran mayoría del resto de mercado.
9	Mejorar el procedimiento de Quejas y Reclamos, para proporcionar una información más clara a quienes conforman la empresa y a sus clientes.	<p>1. No afectar negativamente en las normas que maneja la empresa, tales como: ISO 9001:2015 e ISO 17020:20213.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta de Gerencia de la empresa.</p>	Colocar los contactos de las personas a quien se pueden o deben realizar quejas y/o reclamos, aquí se debe especificar horarios de atención, nombres, cargos, e-mails y números de contactos celular que dispongan de	Procedimiento de Quejas y Reclamos	Asistente de Calidad / Asistente de Gerencia	4/1/2023	SI	N/A



			WhatsApp y número convencional con su respectiva extensión.					
10	Determinar los requisitos de cada servicio y comunicarlos de manera eficaz al cliente.	<p>1. No afectar negativamente en las normas que maneja la empresa, tales como: ISO 9001:2015 e ISO 17020:20213.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	Realizar un listado que detalle los requisitos que los clientes deben preparar previo a la ejecución de cada servicio que se lo requiera y junto a las ofertas enviar estos requisitos; así como también proporcionar de esta información a las personas encargadas de	Consultar los procedimientos de los diferentes servicios que realiza la empresa. Medios de comunicación entre el cliente y la empresa. Delegar responsables.	Gerencia General / Inspectores Técnicos / Asistente de Gerencia / Asistente Administrativa	19/1/2023	SI	N/A

			los patios de inspección de la empresa, ubicados en Quito, El Sacha y Guayaquil y ellos se lo puedan entregar a los clientes.					
11	Crear nuevas tecnologías que faciliten el trabajo de la empresa, que permitan el desarrollo de procesos más eficientes y además que facilite conocer más ampliamente el sector y las competencias que hay en el mercado.	<p>1. No afectar negativamente en las normas que maneja la empresa, tales como: ISO 9001:2015 e ISO 17020:20213.</p> <p>2. Poner en conocimiento y disponer de la aprobación de la alta Gerencia de la empresa.</p>	Crear e implementar un departamento de Innovación Desarrollo e Investigación I+D+I	Se inicia el proyecto con un pasante de cualquiera de las siguientes profesiones: Ingeniero industrial, ingeniero mecánico, ingeniero químico, ingeniero de tecnologías de la información, entre otras.	Gerencia General Recursos Humanos	5/2/2023	NO	Este plan de mejora propuesto resultó muy atractivo para los gerentes de la empresa Veripet; sin embargo, pese a que disponen del espacio físico para establecer este departamento, consideran que se lo podría realizar

								más adelante, ya que al momento no disponen de presupuesto económico para contratar nuevo personal que cubra esta vacante.
--	--	--	--	--	--	--	--	--

*Elaborado por: Autora*

Del total de los once objetivos planteados en el presente Plan de Acción, hasta la fecha de corte 30 de marzo de 2023, se han alcanzado un total de siete objetivos, lo que porcentualmente indica que se ha cumplido con el 72,72% del Plan de Acción propuesto.

**Tabla 9. Análisis financiero: Costos.**

Items	Plan de Mejora	COSTOS			
		Costo de inversión	HH	Costo HH	Costo Total HH
1	Mejora de KPIs	\$ 160,00	12	\$ 4,00	\$ 48,00
2	Atención Cliente	\$ 140,00			
3	Seguimiento servicios		400	\$ 4,00	\$1.600,00
4	Automatización registros		450	\$ 5,00	\$2.250,00
5	Control Página Web	\$ 375,00			
6	Plataforma Google	\$ 600,00			
7	Revisión de precios		108	\$ 16,66	\$1.799,28
8	Créditos exigidos		8	\$ 16,66	\$ 133,28
9	Mejora procedimiento Quejas/Reclamos		1	\$ 4,00	\$ 4,00
10	Determinar requisitos de inspecciones		20	\$ 4,00	\$ 80,00
11	Creación departamento I+D+D (pasante)	\$ 450,00			
	Sub-totales:	\$1.725,00			\$5.914,56
	<b>COSTOS TOTALES:</b>	\$			<b>7.639,56</b>

*Elaborado por: Autora*



**Recurso financiero:** Anexo Estudio financiero, en el cual se detallan los costos e ingresos que generará la implementación del Plan de Acción brindado en la presente propuesta metodológica, estos datos permitieron realizar el estudio de retorno sobre la inversión, también conocido como ROI que son sus siglas en inglés Return on Investment. El ROI de la presente propuesta metodológica es del 36%, lo que indica que la inversión que se realice en la propuesta metodológica generará una ganancia del 36% sobre el costo de la inversión, es decir por cada unidad monetaria que se invierta se pretende obtener una ganancia del 36%, considerando que es una ganancia establecida a un corto plazo de tres meses, además que la inversión no es extremadamente alta, se determina que el 36% del ROI es una cantidad razonablemente aceptada, ya que los ingresos no solo provendrán del incremento de un 8% de ventas, sino que también de algunas reducciones de costos.

### Gráfico 9. ROI

#### ROI (Return on Investment)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Costo de inversión}} \times 100$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ingreso-Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

$$\text{ROI} = \frac{\$ 2.712,23}{\$ 7.639,56} \times 100$$

	0,355024373
ROI=	36
	36%

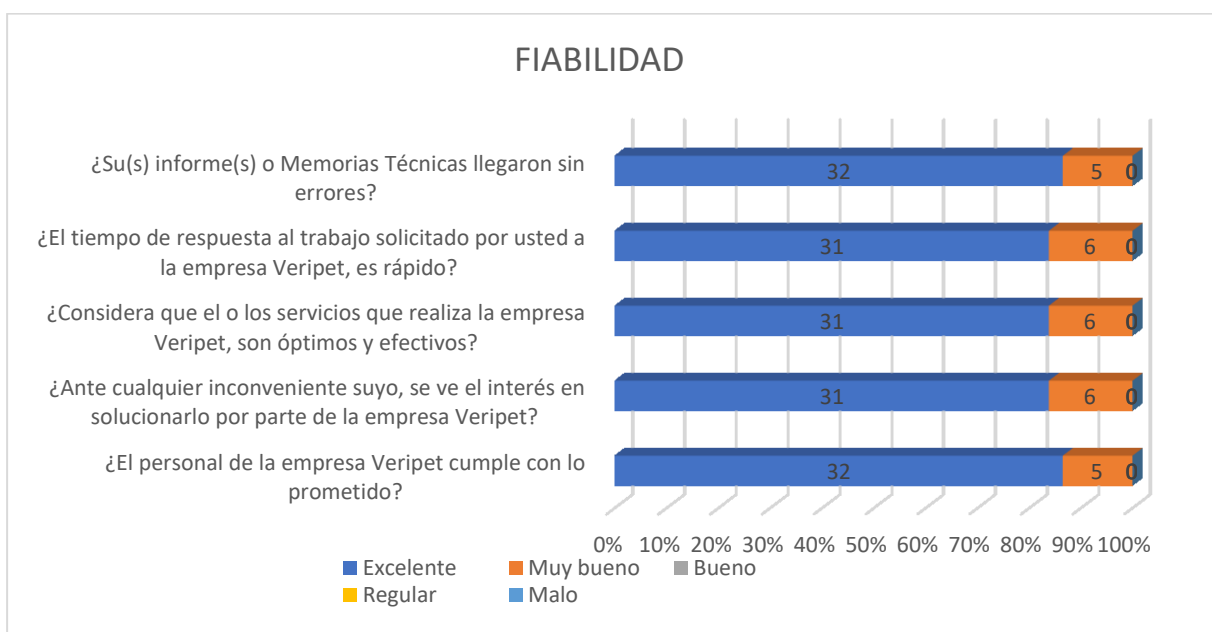
Elaborado por: Autora.

#### 4.5. Indicadores de evaluación

Es en esta sección se consideró lo detallado en el apartado **3.7.1 Formulación de la Hipótesis**, junto con sus respectivas variables, para de tal manera desarrollar el propósito de la presente Propuesta Metodológica: “Propuesta de mejora del grado de satisfacción de clientes y de los procesos de servicios de inspección industrial e hidrocarburiífero: Caso empresa Veripet Cía. Ltda.”, para lo cual se realizó el análisis de la post encuesta solicitada a cuarenta clientes, cabe mencionar que la selección de esta muestra se la realizó únicamente del grupo de clientes del primer trimestre del año 2023, selección que se la hizo considerando además lo descrito en los apartados **3.2 Población** y **3.3 Selección de la muestra**.

De los cuarenta clientes a quienes se solicitó realicen la post encuesta, fueron treinta siete los clientes que procedieron a contestar, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

**Gráfico 10. Fiabilidad, post encuesta.**

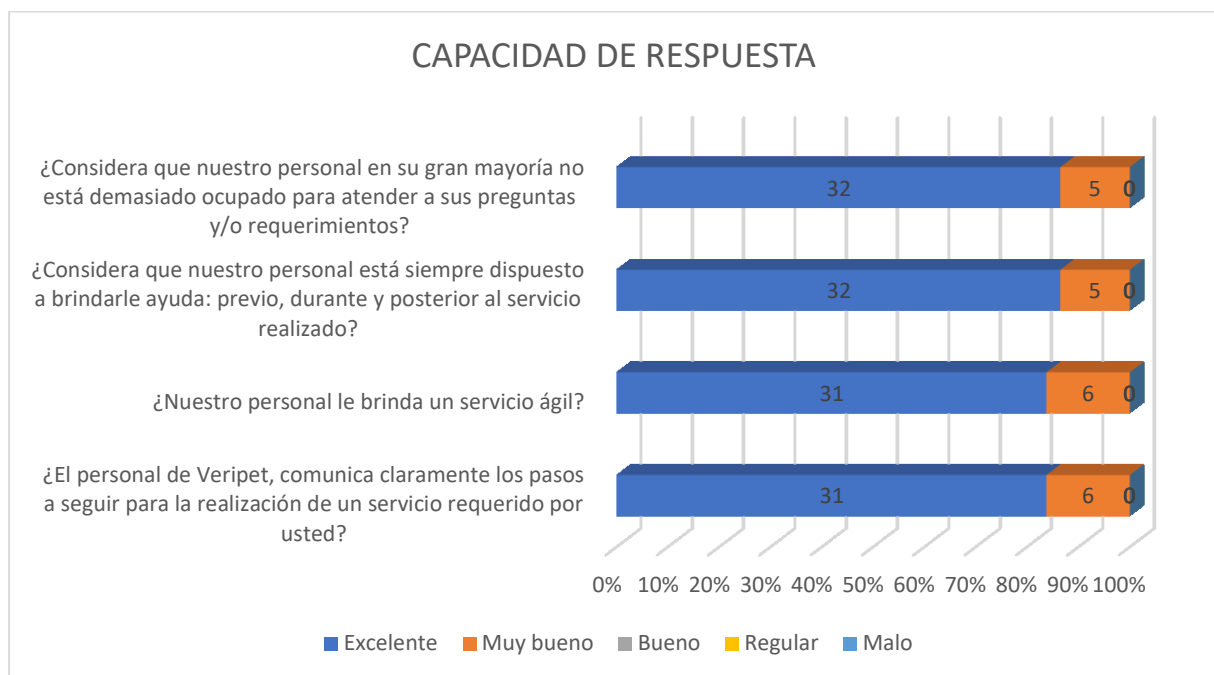


*Fuente: Encuesta servqual.*

*Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** La opción de –excelente– escogida por los clientes se encaja entre el 80% y el 90%, al comparar este resultado con el obtenido en la pre encuesta, se determina que para la dimensión de fiabilidad ha mostrado una mejoría del 10%, ya que la pre encuesta ubicaba al resultado de –excelente– entre el 50% y el 70%. Por otro lado, en esta dimensión sigue sin aparecer la opción de -bueno- dentro de las respuestas por parte de los clientes, lo cual es bastante positivo para la empresa, ya que el resultado se ha mantenido, y respecto a la opción de respuesta de –muy bueno– para la presente dimensión de fiabilidad ha mostrado una disminución.

**Gráfico 11. Capacidad de respuesta, post encuesta.**



*Fuente:* Encuesta servqual.

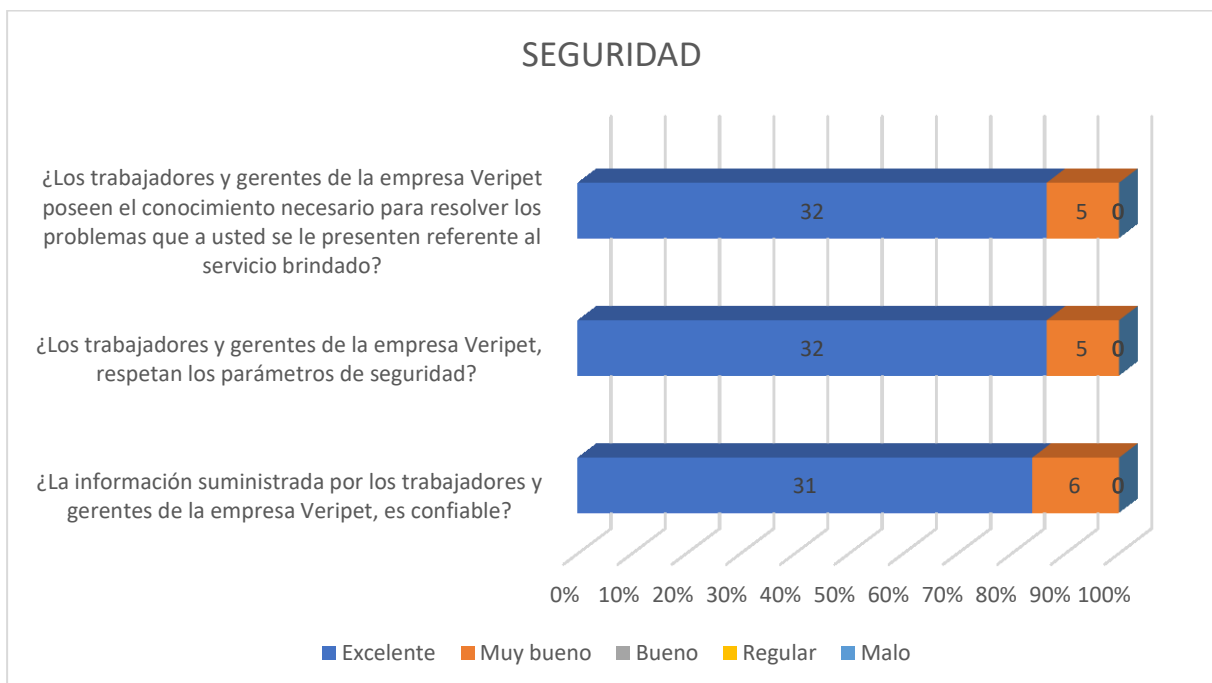
*Elaborado por:* Autora.

**Interpretación y análisis:** La post encuesta del modelo *SERVQUAL*, respecto a la dimensión de capacidad de respuesta, emitió resultados muy importantes para la compañía, ya que indica que en comparación con la pre encuesta, esta vez tuvo una notable mejoraría ya que



la opción de -excelente- se posiciona entre el 80% y el 90%, mientras que anteriormente la misma opción de ubicó entre el 50% y el 80%. Esta mejoría en puntos porcentuales, se debe a la influencia del Plan de Acción, brindado en la presente Propuesta Metodológica y Tecnológica, y su implementación por parte de la organización, ya que estos son aspectos que se desarrollan con un buen y atento servicio a los clientes.

**Gráfico 12. Seguridad, post encuesta.**

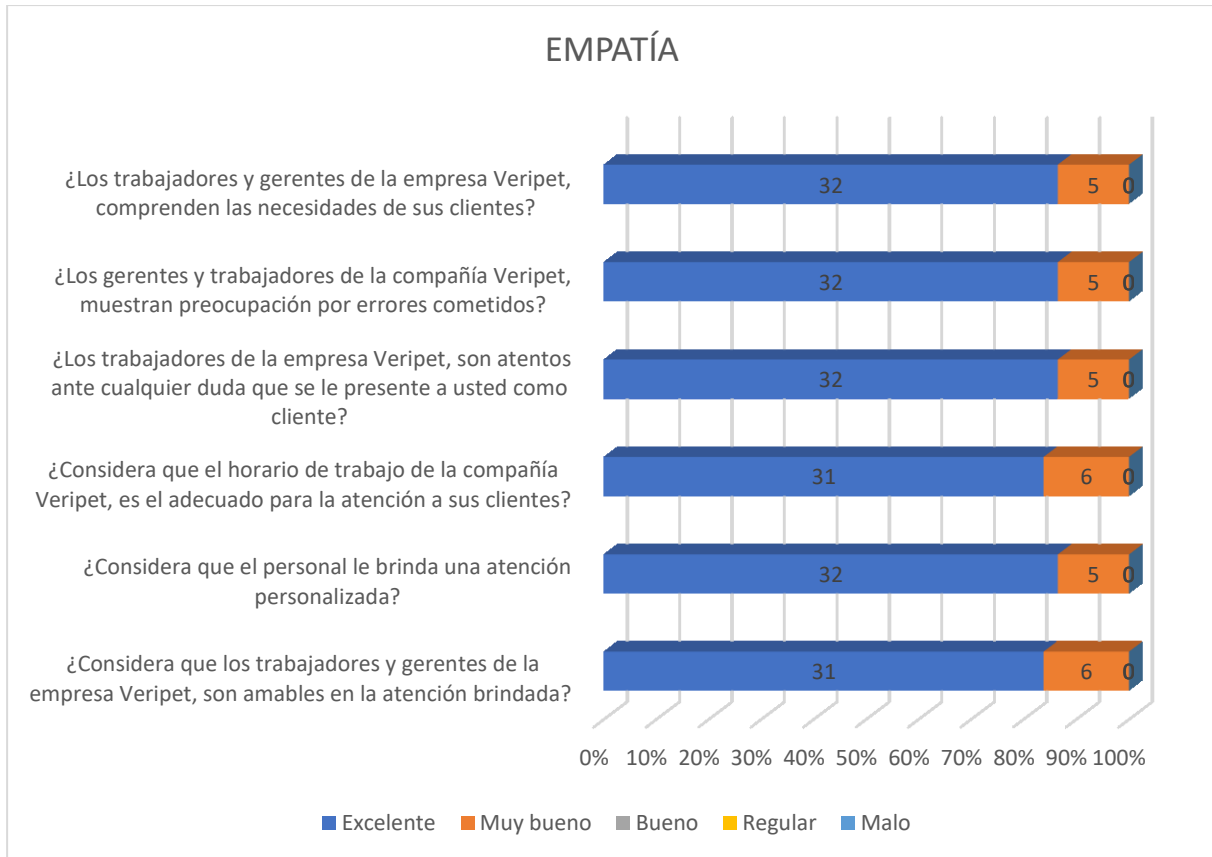


*Fuente: Encuesta servqual.*

*Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** Para el caso de la dimensión de seguridad, se repite el resultado tanto en la pre encuesta, como la post encuesta, tal como la dimensión anterior, hablando en términos porcentuales. Se consideran aspectos que han sido potenciados gracias a la implementación de la Propuesta Metodológica y Tecnológica, que pese a que la respuesta –excelente– no termina de encasillarse entre el 90% y el 100%, la mejoría en puntos porcentuales ha sido bastante positiva para la empresa Veripet.

**Gráfico 13. Empatía, post encuesta.**

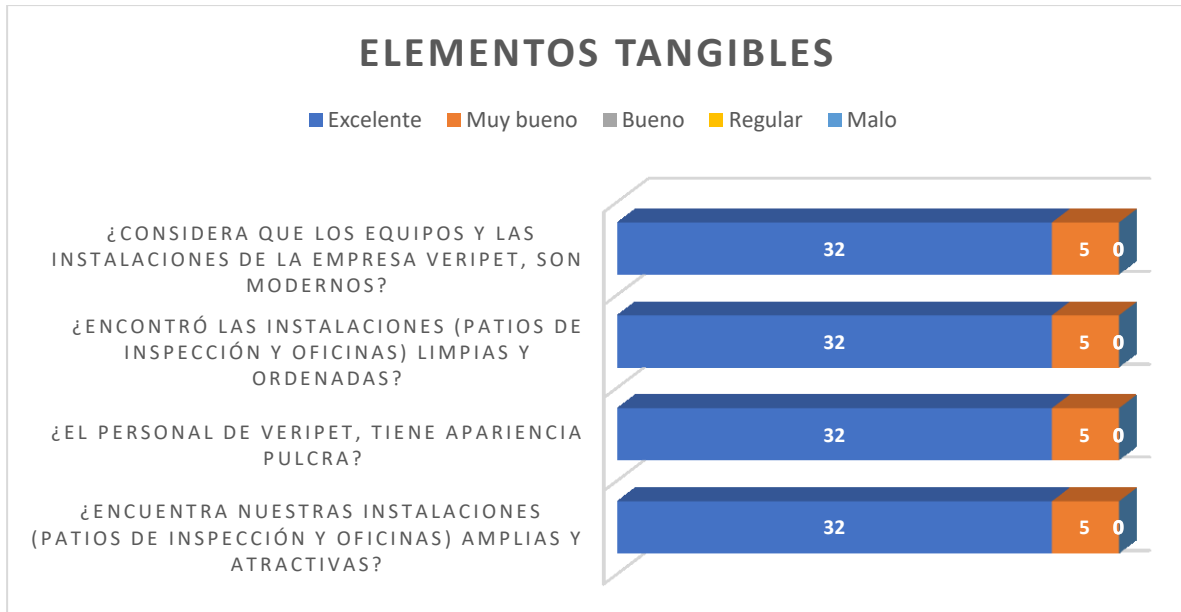


*Fuente: Encuesta servqual.*

*Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** Esta dimensión es de bastante impacto en la actualidad para las empresas, ya que es uno de los principales aspectos que se busca implementar y perfeccionar con el objetivo de mantener cada vez más, clientes totalmente satisfechos, para de tal manera perseguir el enfoque de incrementar los ingresos de las compañías, en este caso específico se evidencia que la repercusión del “Plan de Acción” y su ejecución fue bastante exitoso, ya que dentro de este plan se abordan temas de mejora de atención al cliente tanto interno, como externo, lo cual conduce a la importancia de no olvidar, que si un trabajador está feliz, lo mismo transmitirá a sus pares, superiores y clientes.

**Gráfico 14. Elementos tangibles, post encuesta.**



*Fuente: Encuesta servqual.  
Elaborado por: Autora.*

**Interpretación y análisis:** La dimensión de elementos tangibles, muestra una mejoría en comparación con los resultados obtenidos en la pre encuesta, esto se interpreta como una sensación del incremento de satisfacción en las demás dimensiones por parte de los clientes, lo cual recae en un mejoría a su par en la presente dimensión, en el mismo ámbito también se puede considerar que el orden y organización que se ha implementado en el Plan de Acción, referente al manejo de la información de los informes que se generan por cada servicio y el proporcionar a los clientes una lista clara y detallada de requisitos, previo a la ejecución de los servicios, ha influenciado en la mejora de los elementos tangibles, claro está haciendo referencia a la respuesta -excelente-.

Otro aspecto relevante a considerar en el presente estudio es el conocer el cómo se obtuvieron las variables que se mencionaron anteriormente, mismas que constan en el apartado

### 3.7.1 Formulación de la Hipótesis.

**Variable independiente.-** mejora de los procesos de servicios de inspección, esta variable se obtuvo considerando los resultados de las encuestas, de las cuales se optó únicamente por las respuestas encasilladas en la respuesta de -excelente-, ya que esta respuesta dentro de la escala de Likert, se la consideró apropiada como referencia de meta de la total satisfacción de los clientes dentro de su percepción de servicios y atención recibida.

Para lo cual se asignó el peso correspondiente a cada atributo o también conocida como pregunta, el peso se consideró de entre 1 y 3, es decir el nivel de impacto que hubiera tenido cada pregunta en cada ítem propuesto dentro del Plan de Acción, son un total de once ítems. En donde:

Peso 3 – Nivel de impacto: Alto.

Peso 2 – Nivel de impacto: Medio.

Peso 1 – Nivel de impacto: Bajo.

Una vez se establecieron los pesos, se busca conseguir los porcentajes de Mejora de Procesos de los servicios por cada dimensión, para lo cual se multiplica el porcentaje de -excelente- que se obtuvo como opción de respuesta de cada atributo por el peso asignado de acuerdo al nivel de impacto, por ejemplo: situándose en la primera mejora o ítem del Plan de Acción, dentro de este primer ítem, se procede a ubicar las cinco dimensiones del modelo *SERVQUAL* y se asigna que nivel de impacto tiene dicha mejora en cada una de las dimensiones, en este caso en la primera mejora propuesta, se asignó un peso de 1 como nivel de impacto a la dimensión elementos tangibles, este peso 1 es multiplicado por 54 que es la

cantidad de porcentaje de encuestados que respondieron -excelente- para la dimensión de elementos tangibles, y es así como se determina una regla de tres, es decir si ese 1 representa el 100% ¿Cuánto es el 54% de ese número 1 -peso asignado, nivel de impacto-? Y así con cada dimensión dentro de su propia mejora, luego se suman todos los impactos de mejora de cada dimensión y se saca el total por cada mejora de procesos y por último dicho resultado se divide para el total de la ponderación y así se obtiene el impacto de mejora de procesos en porcentaje por cada mejora.

Finalmente, se agrupan y se suman según cada dimensión del modelo *SERVQUAL*, los datos situados en la columna **impactos en la mejora de procesos**, luego se realiza la misma dinámica sumando los datos situados en la columna **peso o nivel de impacto de mejora vs. dimensión**, luego se procede a dividir el total de la columna **impactos en la mejora de procesos** para el total de la columna **peso o nivel de impacto de mejora vs. dimensión** y es así como se obtiene la variable independiente de mejora de procesos, esta breve explicación se visualiza en la siguiente tabla:

**Tabla 11. Obtención de la Variable independiente, Mejora de Procesos.**

Dimensiones método SERVQUAL	MEJORA DE PROCESOS				
	Peso o Nivel de impacto de Mejora vs. Dimensión	Impacto en la mejora de procesos 2022	Impacto en la mejora de procesos 2022 porcentajes	Impacto en la mejora de procesos 2023	Impacto en la mejora de procesos 2023 porcentajes
Elementos tangibles	18	9,7452	54%	15,5676	86%
Fiabilidad	29	19,7200	68%	24,6108	85%
Capacidad de respuesta	30	19,1250	64%	25,5405	85%
Seguridad	26	16,2500	63%	22,2523	86%
Empatía	27	15,9750	59%	23,1081	86%
<b>TOTALES</b>	<b>130</b>	<b>80,8152</b>	<b>62%</b>	<b>111,0793</b>	<b>85%</b>

Elaborado por: Autora

El desarrollo práctico y más detallado para la obtención de la variable independiente se encuentra en el Anexo -Variable independiente-

**Variable dependiente.** - satisfacción del cliente, se obtuvo considerando los resultados de las encuestas, de las cuales se optó únicamente por las respuestas encasilladas en la respuesta de -excelente-, ya que esta respuesta dentro de la escala de Likert, se la consideró apropiada como referencia de meta de la total satisfacción de los clientes dentro de su percepción de servicios y atención recibida.

Para lo cual, se distribuyó un 100% entre cada dimensión, es decir a cada dimensión le corresponde un peso del 20%, seguidamente cada peso fue dividido entre la cantidad de atributos que tiene cada dimensión o en otras palabras el 20% fue dividido para la cantidad de preguntas que conforman la dimensión a ser analizada, esto da como resultado el peso por cada pregunta, para finalmente conocer el peso real que tiene la opción de respuesta –excelente– por cada dimensión, lo cual se obtiene multiplicando el valor de porcentaje obtenido en la opción de respuesta –excelente– de la pregunta 1, esto por el peso de dicha pregunta y el resultado es dividido para 100.

Una vez se conoce el peso porcentual de la opción de respuesta -excelente- por cada pregunta, se procede a sumar cada uno de ellos, es decir cada una de las preguntas que conforman la dimensión respectiva, de esta manera se obtiene el porcentaje de satisfacción del cliente por dimensión, y por último se suman todos estos resultados y es así como se obtiene la satisfacción total de los clientes, expresado en porcentaje. A continuación, se detalla el cuadro con los resultados obtenidos como satisfacción del cliente:

**Tabla 12. Obtención de la Variable dependiente, Satisfacción del cliente.**

Dimensión \ Período	Satisfacción	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
		Ultimo trimestre 2022	<b>61.50%</b>	10.83%	13.60%	12.75%
Primer trimestre 2023	<b>85.52%</b>	17.30%	16.97%	17.03%	17.12%	17.10%

Elaborado por: Autora

El desarrollo práctico para la obtención de la variable dependiente se encuentra en los Anexos -Pre encuesta satisfacción- y -Post encuesta satisfacción-

A continuación, se adjuntan las tablas de manera resumida de los resultados de las variables obtenidas:

**Tabla 13. Resumen desglosado de las variables determinadas en porcentajes.**

Dimensión	Mejora de procesos (Variable independiente)		Satisfacción de clientes (Variable Dependiente)	
	Impacto en la mejora de procesos 2022	Impacto en la mejora de procesos 2023	2022	2023
	Elementos tangibles	54,14%	86,49%	10,83%
Fiabilidad	68,00%	84,86%	13,60%	16,97%
Capacidad de respuesta	63,75%	85,14%	12,75%	17,03%
Seguridad	62,50%	85,59%	12,50%	17,12%
Empatía	59,17%	85,59%	11,82%	17,10%
	<b>62,17%</b>	<b>85%</b>	<b>61,50%</b>	<b>85,52%</b>

Elaborado por: Autora

**Tabla 14. Resumen general de las variables determinadas en porcentajes.**

Período	Variable independiente	Variable dependiente
2022	62,17%	61,50%
2023	85%	85,52%

Elaborado por: Autora

#### **4.5.1. Ejecución del análisis estadístico**

El estudio estadístico de la presente propuesta metodológica, fue el análisis de correlación, para lo cual se utilizó la herramienta IBM SPSS, que se trata de un software que al ingresar las respectivas variables, procede a emitir los resultados de un análisis de correlación estadístico, para este caso en particular se buscaba identificar si ambas variables tienen relación en su variación, lo cual ayudó a determinar las tendencias, la fuerza y la dirección de los datos.

Los resultados que se obtuvieron de este análisis estadístico fue el siguiente:

Para realizar el análisis de correlación estadístico, previamente se debe realizar una prueba de normalidad de la data a ser analizada, para de tal manera determinar qué tipo de prueba se aplicará.

#### **Prueba de Normalidad:**

1. Plantear las hipótesis.

Ho: Los datos tienen una distribución normal.

Ha: Los datos no tienen una distribución normal.

2. Nivel de significancia.

Confianza: 95%



Significancia: 5%

### 3. Prueba estadística a ejecutar.

Debido que se tiene menos de cincuenta datos, se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

Primero se copian desde Excel los datos que constan en la tabla de variables y se pegan en la hoja de datos del software IBM SPSS, para consecutivamente realizar los siguientes pasos: se elige la opción *analizar*, luego se selecciona la opción *estadística descriptiva*, seguidamente la opción *frecuencias*, se retira el visto de la opción *tablas de frecuencia*, se selecciona *gráficos*, después se quita el visto de la opción *gráficos con prueba de normalidad* y finalmente se selecciona *aceptar*.

Este proceso arroja como resultado el siguiente cuadro:

**Tabla 15. Prueba de normalidad de Kolomogorov-Smirnov.**

*Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov*

	Estadístico	gl	p
Mejora Procesos	0,260	2	.
Satisfacción Cliente	0,260	2	.

Elaborado por: Autora

Un punto (.) en la significancia de la prueba de normalidad del IBM SPSS indica que los datos no siguen una distribución normal con alta certeza estadística, ya que esto significa un resultado del 0,0001.

#### 4. Criterio de decisión

Si  $p < 0,05$  rechazar la  $H_0$  y aceptar la  $H_a$ .

Si  $p \geq 0,05$  aceptar la  $H_0$  y rechazar la  $H_a$ .

Por tal razón, ya que el resultado de  $p$  fue del 0,0001 se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la  $H_a$  indica que los datos no tienen una distribución normal.

#### Análisis estadístico de correlación:

1. Debido a que los datos no tienen una distribución normal, se aplica la correlación de Spearman No Paramétrica y se plantea la hipótesis:

$H_0: \rho = 0$  No existe correlación.

$H_a: \rho \neq 0$  Si existe correlación.

2. **Nivel de significancia:** Alfa 0,05

3. **Prueba estadística,** se aplica la Correlación de Spearman y en el software IBM SPSS se siguen los siguientes pasos: trabajando con los mismos datos que fueron usados para la prueba de normalidad, seleccionar la opción *analizar*, después se selecciona *correlacionar*, luego seleccionar la opción *bivariadas*, para después seleccionar la opción *pasar variables*, seleccionar en *Spearman* y finalmente *aceptar*.

Este análisis arroja como resultado el siguiente cuadro:

**Tabla 16. Análisis estadístico de Correlación de Spearman.**

*Correlación de Spearman de la mejora de procesos y satisfacción del cliente de la empresa Veripet*

	$\rho$	p	N
MejoraProcesos - SatisfacciónClientes	1	.	2

**Elaborado por:** Autora

Un punto (.) en la significancia bilateral del IBM SPSS indica que el valor de p es menor que 0.001, es decir que la correlación o diferencia observada es muy poco probable que sea un resultado del azar.

Es decir, indica una correlación o diferencia altamente significativa entre las variables.

#### **4. Regla de decisión:**

Si  $p < 0,05$ , aceptar la  $H_a$  y rechazar la  $H_o$ .

Si  $p \geq 0,05$ , rechazar la  $H_a$  y aceptar la  $H_o$ .

#### **5. Resultados y conclusiones:**

Como p es menor que 0,05, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir que si existe correlación entre ambas variables. Además, esta relación es directa, es decir a mayor mejora de procesos, mayor es la satisfacción del cliente, y finalmente se concluye que la relación entre las dos variables es muy intensa y la correlación es muy alta ya que su correlación arroja 1.

## 5. CONCLUSIONES

- En función de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los clientes, basadas en la estructura del modelo *SERVQUAL* se identificó el porcentaje de satisfacción de los clientes, antes y después de la implementación de la propuesta metodológica y tecnológica, misma que está basada en estrategias específicas para potenciar aquellos procesos críticos de la organización, demostrando que la satisfacción del cliente incrementó en un 24,01%, concluyendo así que el modelo *SERVQUAL* permitió identificar las fortalezas y aún más aquellas debilidades que generaban cuellos de botella para el crecimiento de la empresa.

- En base al análisis precedente detallado a lo largo de la presente propuesta metodológica y tecnológica, se concluye que fue posible determinar aquellos factores que influyen en el grado de satisfacción de los clientes de la compañía Veripet Cía. Ltda., estos factores se presentan en el Plan de Acción que fue realizado e implementado, mismos que fueron elaborados abordando las cinco dimensiones del modelo *SERVQUAL* y el método del Marketing mix de las 7Ps.

- Se concluye que gracias a los análisis estadísticos realizados a través del uso de los siguientes softwares: Excel & IBM SPSS, se identificó que si existe correlación entre las dos variables planteadas. Además, esta relación es directa, es decir a mayor mejora de procesos, mayor es la satisfacción del cliente, y finalmente se concluye que la relación entre las dos variables es muy intensa y la correlación es muy alta ya que su correlación arroja como resultado 1.

- A consecuencia de lo analizado, se determina que se logró diseñar una propuesta de mejora de los procesos de los servicios de inspección industrial e hidrocarburífero que brinda la empresa Veripet Cía. Ltda., esta propuesta básicamente está detallada en el Plan de Acción; sin embargo, los respectivos análisis de implementación y detalles a más profundidad de dicha propuesta, están descritos a lo largo del presente estudio y en los respectivos Anexos.

- En conclusión, como análisis financiero se demostró que el ROI del presente estudio es del 36%, lo que indica que la inversión que se realice en esta propuesta metodológica generará una ganancia del 36% sobre el costo de la inversión, es decir por cada unidad monetaria que se invierta se pretende obtener una ganancia del 36%, considerando que es una ganancia establecida a un corto plazo de tres meses, además que la inversión no es extremadamente alta, se determina que el 36% del ROI es una cantidad razonablemente aceptada, ya que los ingresos no solo provendrán del incremento de un 8% de ventas, sino que también de ciertas reducciones de costos.

## 6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda el uso de herramientas que brinda actualmente la tecnología, para realizar cálculos estadísticos que demuestren tendencias, así como también informen a la compañía Veripet acerca del comportamiento de los datos que manejan, ya que estas herramientas proporcionan datos concretos y reales, mismos que ayudan a la toma de decisiones dentro de la compañía. Además, que usar estos softwares como herramientas de trabajo, ahorrarán tiempo para la empresa, ya que al hacer cálculos estadísticos de la forma tradicional, merecerá más horas de inversión.
- Se recomienda monitorear de manera trimestral las ventas realizadas, comparándolas con los históricos de ventas de años anteriores, así como también se recomienda ajustar los análisis financieros a otros métodos que brindan información acerca de la entrada y salida de efectivo dentro de un período establecido, así como también dan a conocer la evaluación de inversión, entre estos se encuentran las herramientas: Flujo de caja, la TIR, el VAN, entre otras.
- Se recomienda revisar los KPI's alcanzados, dos veces al año, se lo puede hacer semestralmente, para conocer si fueron o no alcanzadas las metas propuestas al iniciar el año, esto servirá para tomar correctivos en los procesos o a su vez modificar dichos KPI's. Dentro de esta recomendación también es relevante sugerir el mantenimiento de Norma ISO 9001:2015, misma que denota una aportación importante en la sostenibilidad de la empresa.

- Finalmente, pese a que no se logró obtener el 100% de satisfacción de los clientes, se recomienda continuar en la búsqueda de alcanzar dicho porcentaje, tomando el pulso constantemente de la satisfacción de los clientes de la empresa Veripet Cía. Ltda., esto con el objetivo de adaptarse a las nuevas exigencias y necesidades del mercado al cual pertenece la compañía.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Morales, Jorge, y Jaime Vargas Mendoza. SERVICIO AL CLIENTE. Oaxaca: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C., 2010.

Alcalde San Miguel, Pablo. *CALIDAD Fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para pymes*. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA, 2019.

Asociación Española para la Calidad (AEC). *INDICADORES*. 2019.  
[https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/indicadores#:~:text=Los%20indicadores%20son%20medios%2C%20instrumentos,est%C3%A1n%20logrando%20los%20objetivos%20estrat%C3%A9gicos](https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/indicadores#:~:text=Los%20indicadores%20son%20medios%2C%20instrumentos,est%C3%A1n%20logrando%20los%20objetivos%20estrat%C3%A9gicos.).  
(último acceso: 2022).

Arce, Nilse Yasmin, y Shirley Stephanie Guevara. 2019. «Repositorio Institucional Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.» *Fiabilidad y validez de la escala servqual aplicada para medir la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior "Tecnológico Arzobispo Loayza". Sede Central Lima 2015*. Último acceso: 2022.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12893/8200>.

Bustamante, Miguel Alejandro, Elsie Ruth Zerda-Barreno, Francisco Obando, y Michelle Gioconda Tello-Sánchez. 2019. «Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual.» *Revista Empresarial*, DOI: <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.001> Vol.13, N° 2 1-15.

Castañeda, Sarahi. *tiendanube blog*. 2022. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/> (último acceso: 2022).



CEACES. *CEASES*. s.f. <https://www.uv.es/ceaces/text/7%20no%20para/cindepend.htm>.

CHAIN, RETOS EN SUPPLY. «EAE Business School.» 2021. <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/modelo-Servqual-dimensiones-tener-cuenta/>.

Chavez, José. sin fecha. *CEUPE magazine*. Último acceso: 2022. <https://www.ceupe.com/blog/satisfaccion-del-cliente.html>.

Chen, Caterina. *Diferenciador: Proceso y Procedimiento*. 2018. <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-proceso-y-procedimiento/> (último acceso: 2022).

Editorial Grudemi. *Servicios Enciclopedia Economía*. 2020. <https://enciclopediaeconomica.com/servicios/> (último acceso: 2022).

Fernández Gómez, Alejandro. *Desarrollo de una metodología en gestión para los proyectos de mejora continua de una empresa cementera*. Tesis de grado, Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 2007.

Gutiérrez, Francisco. *Stratega.biz PROCESOS Y SUS CARACTERÍSTICAS*. 2017. <https://stratega.biz/item/procesos-y-sus-caracteristicas/> (último acceso: 2022).

Ibarra, Luis, y Belen Espinoza. «*Servqual*, una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad.» *Iberoam Ciencias*, 2014: 1(4), 107-20.

Makosiewicz, Mateusz. 2022. *Marketing Mix: Las 7 P, las 4 C y otras características que debes conocer*. Último acceso: 2022. <https://ahrefs.com/blog/es/marketing-mix/>.

Máxima Formación. «Máxima Formación.» 2022. <https://www.maximaformacion.es/blog-dat/que-es-la-correlacion-estadistica-y-como-interpretarla/>.

- Morocho, Thalia Carolina. 2019. «REPOSITORIO DE TESIS Universidad Peruana Unión.»  
*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018.* Último acceso: 2022. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/1809>.
- Ortiz, José Luis. *HUBSPOT*. 2021. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-Servqual>.
- Ortiz Udeo, Alex Fabián. «Repositorio Universidad Técnica de Ambato.» *El modelo SERVQUAL de calidad en el servicio del sistema de distribución de medicamentos por dosis unitaria y el nivel de aceptación de los usuarios del servicio de pediatría del Hospital José María Velasco Ibarra, de la ciudad de Tena* 2017. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26290> (último acceso: 2022).
- Parasuraman , A, Valarie Zeithaml, y Leonard Berry. «Journal of Marketing, 49(4), 41-50.» *A conceptual model of service quality and its implications for future research.* 1985. <https://doi.org/10.2307/1251430> (último acceso: 2022).
- Robbins, Stephen, y Mary Coulter. 2018. «Servicios y manufactura.» En *ADMINISTRACIÓN 13E*, de Stephen Robbins y Mary Coulter, 647. México DF: Pearson.
- Westreicher, Guillermo. *Economipedia* *Proceso.* 2020. <https://economipedia.com/definiciones/proceso.html> (último acceso: 2022).
- Wigodski Sirebrenik, Jacqueline. *MEDWAVE REVISTA MEDICA REVISADA POR PARES.* 2003. [10.5867/medwave.2003.10.2763](https://doi.org/10.5867/medwave.2003.10.2763) (último acceso: 2022).
- zedesk. *Impulsa el crecimiento con el servicio de atención al cliente.* 2022. <https://www.zendesk.es/customer-experience->

trends/?\_ga=2.162319676.1644430911.1673111295-

1174736047.1673111295#reportoverview (último acceso: 2023).

## 8. ANEXOS

### Anexo 1.- Descripción de clientes y sus características.

<p><b>Clientes de Mayor Frecuencia</b></p>	<p>Que durante los tres años 2020 / 2021 / 2022 e inicios del 2023, el cliente requirió los servicios de manera consecutiva según la vigencia de los certificados de inspección emitidos por la empresa Veripet Cía. Ltda, así como también se consideró la cantidad de equipos, tanques, vehículos que disponga dicho cliente. Lo cual demostró que el cliente ha contratado a la empresa de manera consecutiva.</p>
<p><b>Clientes de Menor frecuencia</b></p>	<p>Que durante los tres años 2020 / 2021 / 2022 e inicios del 2023, el cliente no requirió los servicios de manera consecutiva según la vigencia de los certificados de inspección emitidos por la empresa Veripet Cía. Ltda, así como también se consideró la cantidad de equipos, tanques, vehículos que disponga dicho cliente. Lo cual demuestre que no ha contratado a la empresa de manera consecutiva.</p>

*Elaborado por:* Autora

*Fuente:* Empresa Veripet.

**Anexo 2.- Modelo de Pre encuesta y post encuesta, modelo *SERVQUAL***

**I ENCUESTA A CLIENTES DE LA  
EMPRESA VERIPET ISO/IEC 17020:2013  
ORGANISMO DE INSPECCION.**

**\* Por cada pregunta, seleccionar una única opción a su criterio que considere entre Excelente y Malo.**

1. *Registre su Nombre y/o Empresa:*

\_\_\_\_\_

2. ¿El personal de la empresa Veripet cumple con lo prometido?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿Ante cualquier inconveniente suyo, se ve el interés en solucionarlo por parte de la empresa Veripet?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Considera que el o los servicios que realiza la empresa Veripet, son óptimos y efectivos?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ¿El tiempo de respuesta al trabajo solicitado por usted a la empresa Veripet, es rápido?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Su(s) informe(s) o Memorias Técnicas llegaron sin errores?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿El personal de Veripet, comunica claramente los pasos a seguir para la realización de un servicio requerido por usted?

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿Nuestro personal le brinda un servicio ágil?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Considera que nuestro personal está siempre dispuesto a brindarle ayuda: previo, durante y posterior al servicio realizado?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿Considera que nuestro personal en su gran mayoría no está demasiado ocupado para atender a sus preguntas y/o requerimientos?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿La información suministrada por los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, es confiable?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, respetan los parámetros de seguridad?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet poseen el conocimiento necesario para resolver los problemas que a usted se le presenten referente al servicio brindado?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Considera que los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, son amables en la atención brindada?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. ¿Considera que el personal le brinda una atención personalizada?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



16. ¿Considera que el horario de trabajo de la compañía Veripet, es el adecuado para la atención a sus clientes?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. ¿Los trabajadores de la empresa Veripet, son atentos ante cualquier duda que se le presente a usted como cliente?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. ¿Los gerentes y trabajadores de la compañía Veripet, muestran preocupación por errores cometidos?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. ¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, comprenden las necesidades de sus clientes?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. ¿Encuentra nuestras instalaciones (patios de inspección y oficinas) amplias y atractivas?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. ¿El personal de Veripet, tiene apariencia pulcra?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. ¿Encontró la instalaciones (patios de inspección y oficinas) limpias y ordenadas?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. ¿Considera que los equipos y las instalaciones de la empresa Veripet, son modernos?

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
<b>Su respuesta:</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Si tienes algún comentario o sugerencia, escríbelo a continuación.

---

---

---

---

---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

### Anexo 3.- Resultados de la pre encuesta.

SUMA			136	64	0	0	0	200
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Suma
Capacidad de respuesta	6	¿El personal de Veripet, comunica claramente los pasos a	23	17	0	0	0	40
	7	¿Nuestro personal le brinda un servicio ágil?	26	14	0	0	0	40
	8	¿Considera que nuestro personal está siempre dispuesto a brindarle ayuda: previo, durante y posterior al servicio realizado?	30	10	0	0	0	40
	9	¿Considera que nuestro personal en su gran mayoría no está demasiado ocupado para atender a sus preguntas y/o requerimientos?	23	16	1	0	0	40
SUMA			102	57	1	0	0	160
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Suma
Seguridad	10	¿La información suministrada por los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, es confiable?	25	15	0	0	0	40
	11	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, respetan los parámetros de seguridad?	24	15	1	0	0	40
	12	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet poseen el conocimiento necesario para resolver los problemas que a usted se le presenten referente al servicio brindado?	26	14	0	0	0	40
SUMA			75	44	1	0	0	120
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Suma
Empatía	13	¿Considera que los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, son amables en la atención brindada?	23	17	0	0	0	40
	14	¿Considera que el personal le brinda una atención personalizada?	29	11	0	0	0	40
	15	¿Considera que el horario de trabajo de la compañía Veripet, es el adecuado para la atención a sus clientes?	27	13	0	0	0	40
	16	¿Los trabajadores de la empresa Veripet, son atentos ante cualquier duda que se le presente a usted como cliente?	23	17	0	0	0	40
	17	¿Los gerentes y trabajadores de la compañía Veripet, muestran preocupación por errores cometidos?	20	20	0	0	0	40
	18	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, comprenden las necesidades de sus clientes?	20	20	0	0	0	40
SUMA			142	98	0	0	0	240
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Suma
Elementos tangibles	19	¿Encuentra nuestras instalaciones (patios de inspección y oficinas) amplias y atractivas?	19	20	0	0	0	39
	20	¿El personal de Veripet, tiene apariencia pulcra?	21	19	0	0	0	40
	21	¿Encontró las instalaciones (patios de inspección y oficinas) limpias y ordenadas?	20	19	0	0	0	39
	22	¿Considera que los equipos y las instalaciones de la empresa Veripet, son modernos?	25	14	0	0	0	39
SUMA			85	72	0	0	0	157

Fuente: servqual

Elaborado por: Autora

#### Anexo 4.- Resultados de la post encuesta

Empatía	15	¿Considera que el horario de trabajo de la compañía Veripet, es el adecuado para la atención a sus clientes?	31	6	0	0	0	37
	16	¿Los trabajadores de la empresa Veripet, son atentos ante cualquier duda que se le presente a usted como cliente?	32	5	0	0	0	37
	17	¿Los gerentes y trabajadores de la compañía Veripet, muestran preocupación por errores cometidos?	32	5	0	0	0	37
	18	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, comprenden las necesidades de sus clientes?	32	5	0	0	0	37
<b>SUMA</b>			190	32	0	0	0	222
<b>Dimensión</b>	<b>ítem</b>	<b>Atributo (aspecto valorado)</b>	<b>Excelente</b>	<b>Muy bueno</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Suma</b>
Elementos tangibles	19	¿Encuentra nuestras instalaciones (patios de inspección y oficinas) amplias y atractivas?	32	5	0	0	0	37
	20	¿El personal de Veripet, tiene apariencia pulcra?	32	5	0	0	0	37
	21	¿Encontró las instalaciones (patios de inspección y oficinas) limpias y ordenadas?	32	5	0	0	0	37
	22	¿Considera que los equipos y las instalaciones de la empresa Veripet, son modernos?	32	5	0	0	0	37
<b>SUMA</b>			128	20	0	0	0	148
Fuente: servqual								
Elaborado por: Autora								

#### Anexo 5.- Perfiles y requisitos del personal.

PERFILES Y REQUISITOS	
Gerente General	<b>Perfil:</b> Educación superior tercer nivel, líder.

	<p><b>Requisitos:</b> Conocimientos de administración de empresas. -Conocimiento de contabilidad y finanzas. -Conocimiento y manejo de programas de computación -Conocimiento de sistemas de gestión de calidad -Conocimiento de Normas Técnicas</p>
Asistente de Calidad	<p><b>Perfil:</b> Estudios Superiores en carreras técnicas y conocimiento de sistemas de gestión de calidad.</p> <p><b>Requisitos:</b> -Conocimientos de programas de computación. - Conocimiento de administración de empresas. -Iniciativa y creatividad para solucionar problemas. - Confiable y discreto en el manejo de información. -Buen manejo de relaciones humanas y trato al cliente externo como interno.</p>
Asistente de Gerencia	<p><b>Perfil:</b> Estudios universitarios</p> <p><b>Requisitos:</b> -Conocimientos de programas de computación. - Conocimiento de administración de empresas. -Iniciativa y creatividad para solucionar problemas. - Confiable y discreto en el manejo de información. -Buen manejo de relaciones humanas y trato al cliente externo como interno.</p>
Asistente Administrativa	<p><b>Perfil:</b> Bachiller, un año de experiencia</p>

	<p><b>Requisitos:</b> - Conocimiento y manejo de programas de computación. -Buena capacidad para relacionarse con personas pares o superiores. -Iniciativa y creatividad para solucionar problemas. -Adaptación a trabajo bajo presión.</p>
Inspectores técnicos asignados	<p><b>Perfil y requisitos:</b> Según lo indicado en el Anexo 10.2 (Anexo B: Perfiles de inspectores técnicos, según Registro Oficial N° 43 23/08/2013 y Anexo C del Registro Oficial N° 500 Suplemento 03/06/2019), en cada servicio específico al que califiquen, conforme al Alcance de servicios que tenga Veripet.</p>
Técnico de Sistemas	<p><b>Perfil:</b> Estudios y capacitaciones en software, sistemas, tecnologías de la información.</p>
	<p><b>Requisitos:</b> -Buena capacidad para relacionarse con personas pares o superiores. -Iniciativa y creatividad para solucionar problemas. -Adaptación a trabajo bajo presión.</p>
Contadora	<p><b>Perfil:</b> Estudios universitarios en Contabilidad</p>
	<p><b>Requisitos:</b> -Gran iniciativa y agilidad en la solución de problemas. - Responsabilidad -Discreción -Honestidad</p>

**Elaborado por:** Autora

**Fuente:** Empresa Veripet.

**Anexo 6.- Determinación de la Variable dependiente, último trimestre 2022.**

Dimensión	Ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Fiabilidad	1	¿El personal de la empresa Veripet cumple con lo prometido?	29	11	0	40	72,50%	27,50%	0%	100%	20%	4%	3%
	2	¿Ante cualquier inconveniente suyo, se ve el interés en solucionarlo por parte de la empresa Veripet?	24	16	0	40	60%	40%	0%	100%		4%	2%
	3	¿Considera que el o los servicios que realiza la empresa Veripet, son óptimos y efectivos?	24	16	0	40	60%	40%	0%	100%		4%	2%
	4	¿El tiempo de respuesta al trabajo solicitado por usted a la empresa Veripet, es rápido?	27	13	0	40	68%	33%	0%	100%		4%	3%
	5	¿Su(s) informe(s) o Memorias Técnicas llegaron sin errores?	32	8	0	40	80%	20%	0%	100%		4%	3%
<b>SUMA</b>			136	64	0	200	68%	32%	0%	100%		20%	14%
Dimensión	Ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Capacidad de respuesta	6	¿El personal de Veripet, comunica claramente los pasos a seguir para la realización de	23	17	0	40	58%	43%	0%	100%	20%	5%	3%



		un servicio requerido por usted?											
	7	¿Nuestro personal le brinda un servicio ágil?	26	14	0	40	65%	35%	0%	100%		5%	3%
	8	¿Considera que nuestro personal está siempre dispuesto a brindarle ayuda: previo, durante y posterior al servicio realizado?	30	10	0	40	75%	25%	0%	100%		5%	4%
	9	¿Considera que nuestro personal en su gran mayoría no está demasiado ocupado para atender a sus preguntas y/o requerimientos?	23	16	1	40	58%	40%	3%	100%		5%	3%
<b>SUMA</b>			102	57	1	160	64%	36%	1%	100%		20%	13%
<b>Dimensión</b>	<b>ítem</b>	<b>Atributo (aspecto valorado)</b>	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Seguridad	10	¿La información suministrada por los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, es confiable?	25	15	0	40	63%	38%	0%	100%	20%	7%	4%
	11	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, respetan los parámetros de seguridad?	24	15	1	40	60%	38%	3%	100%		7%	4%
	12	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet poseen el conocimiento necesario para resolver los problemas que a usted se le presenten referente al servicio brindado?	26	14	0	40	65%	35%	0%	100%		7%	4%
<b>SUMA</b>			75	44	1	120	63%	37%	1%	100%		20%	13%

Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Empatía	13	¿Considera que los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, son amables en la atención brindada?	23	17	0	40	58%	43%	0%	100%	20%	3%	2%
	14	¿Considera que el personal le brinda una atención personalizada?	29	11	0	40	73%	28%	0%	100%		3%	2%
	15	¿Considera que el horario de trabajo de la compañía Veripet, es el adecuado para la atención a sus clientes?	27	13	0	40	68%	33%	0%	100%		3%	2%
	16	¿Los trabajadores de la empresa Veripet, son atentos ante cualquier duda que se le presente a usted como cliente?	23	17	0	40	58%	43%	0%	100%		3%	2%
	17	¿Los gerentes y trabajadores de la compañía Veripet, muestran preocupación por errores cometidos?	20	20	0	40	50%	50%	0%	100%		3%	2%
	18	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, comprenden las necesidades de sus clientes?	20	20	0	40	50%	50%	0%	100%		3%	2%
<b>SUMA</b>			142	98	0	240	59%	41%	0%	100%	20%	12%	
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Elementos tangibles	19	¿Encuentra nuestras instalaciones (patios de	19	20	0	39	49%	51%	0	100%	20%	5%	2%

	inspección y oficinas) amplias y atractivas?										
20	¿El personal de Veripet, tiene apariencia pulcra?	21	19	0	40	53%	48%	0	100%	5%	3%
21	¿Encontró las instalaciones (patios de inspección y oficinas) limpias y ordenadas?	20	19	0	39	51%	49%	0	100%	5%	3%
22	¿Considera que los equipos y las instalaciones de la empresa Veripet, son modernos?	25	14	0	39	64%	36%	0	100%	5%	3%
<b>SUMA</b>		85	72	0	157	54%	46%	0	100%	20%	11%

Satisfacción último trimestre 2022: **61,50%**

*Elaborado por: Autora*

*Fuente: Servqual*

**Anexo 7.- Determinación de la Variable dependiente, primer trimestre 2023.**

Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Fiabilidad	1	¿El personal de la empresa Veripet cumple con lo prometido?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%	20%	4%	3,46%
	2	¿Ante cualquier inconveniente suyo, se ve el interés en solucionarlo por parte de la empresa Veripet?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%		4%	3,35%
	3	¿Considera que el o los servicios que realiza la empresa Veripet, son óptimos y efectivos?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%		4%	3,35%
	4	¿El tiempo de respuesta al trabajo solicitado por usted a la empresa Veripet, es rápido?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%		4%	3,35%
	5	¿Su(s) informe(s) o Memorias Técnicas llegaron sin errores?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%		4%	3,46%
<b>SUMA</b>			157	28	0	185	85%	15%	0	100%		20%	<b>17%</b>
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Capacidad de respuesta	6	¿El personal de Veripet, comunica claramente los pasos a seguir para la realización de un servicio requerido por usted?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%	20%	5%	4,19%

	7	¿Nuestro personal le brinda un servicio ágil?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%		5%	4,19%
	8	¿Considera que nuestro personal está siempre dispuesto a brindarle ayuda: previo, durante y posterior al servicio realizado?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%		5%	4,32%
	9	¿Considera que nuestro personal en su gran mayoría no está demasiado ocupado para atender a sus preguntas y/o requerimientos?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%		5%	4,32%
<b>SUMA</b>			126	22	0	148	85%	15%	0	100%		20%	<b>17%</b>
<b>Dimensión</b>	<b>ítem</b>	<b>Atributo (aspecto valorado)</b>	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Seguridad	10	¿La información suministrada por los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, es confiable?	31	6	0	37	84%	16%	0	100%	20%	6,7%	5,59%
	11	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, respetan los parámetros de seguridad?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%		6,7%	5,77%
	12	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet poseen el conocimiento necesario para resolver los problemas que a usted se le presenten referente al servicio brindado?	32	5	0	37	86%	14%	0	100%		6,7%	5,77%
<b>SUMA</b>			95	16	0	111	86%	14%	0	100%		20%	<b>17%</b>

Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Empatía	13	¿Considera que los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, son amables en la atención brindada?	31	6	0	37	84%	16%	0%	100%	20%	3,33%	2,79%
	14	¿Considera que el personal le brinda una atención personalizada?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		3,33%	2,88%
	15	¿Considera que el horario de trabajo de la compañía Veripet, es el adecuado para la atención a sus clientes?	31	6	0	37	84%	16%	0%	100%		3,33%	2,79%
	16	¿Los trabajadores de la empresa Veripet, son atentos ante cualquier duda que se le presente a usted como cliente?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		3,33%	2,88%
	17	¿Los gerentes y trabajadores de la compañía Veripet, muestran preocupación por errores cometidos?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		3,33%	2,88%
	18	¿Los trabajadores y gerentes de la empresa Veripet, comprenden las necesidades de sus clientes?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		3,33%	2,88%
<b>SUMA</b>			190	32	0	222	86%	14%	0%	100%	20%	<b>17%</b>	
Dimensión	ítem	Atributo (aspecto valorado)	Excelente	Muy bueno	Bueno	Suma	Excelente %	Muy bueno %	Bueno %	Suma %	Peso distribuido por atributo	Peso distribuido por pregunta	Peso de la opción Excelente
Elementos tangibles	19	¿Encuentra nuestras instalaciones (patios de inspección y oficinas) amplias y atractivas?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%	20%	5%	4,32%

	20	¿El personal de Veripet, tiene apariencia pulcra?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		5%	4,32%
	21	¿Encontró las instalaciones (patios de inspección y oficinas) limpias y ordenadas?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		5%	4,32%
	22	¿Considera que los equipos y las instalaciones de la empresa Veripet, son modernos?	32	5	0	37	86%	14%	0%	100%		5%	4,32%
	<b>SUMA</b>			128	20	0	148	86%	14%	0%	100%		20%
											100%		

Satisfacción cliente primer trimestre 2023 **85,52%**

*Elaborado por: Autora*

*Fuente: Servqual*

**Anexo 8.- Determinación de la Variable independiente: Último trimestre 2022 y primer trimestre 2023.**

PLAN DE ACCION		DIMENSIONES DEL MODELO SERVQUAL	Peso o Nivel de impacto de Mejora vs. Dimensión	Impacto en la mejora de procesos		Nivel de Satisfacción de los clientes inicial (previo a la propuesta de mejora) último trimestre 2022			Nivel de Satisfacción de los clientes (posterior a la propuesta de mejora) primer trimestre 2023		
Mejora	Actividades			Último trimestre 2022	Primer trimestre 2023	Excelente	Muy bueno	Bueno	Excelente	Muy bueno	Bueno
Reestructuración de KPIs dentro de la organización Veripet, que fortalezca e incentive a la mejora continua dentro de la organización	Mantener indicadores del 2022 a excepción de: En el área de RRHH se incrementa un KPI el cual consiste en: Desarrollar en los trabajadores el enfoque al sentido de pertenencia empresarial en al menos el 50% durante el año 2023. Este KPI se cuantificará en de la siguiente manera: Fomentar el trabajo en equipo por departamento (25%) Construir relaciones de confianza entre jefe y colaboradores (25%) Reconocer sus logros trimestralmente (25%) Brindar oportunidades de carrera organizacional (25%) En el área de VENTAS: Incrementar la meta de satisfacción del cliente al 98% en el año 2023. Reestructurar el KPI de ventas a	Elementos tangibles	1	0,5414	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,0400	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	2	1,2750	1,7027027	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	1	0,6250	0,8558559	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,7750	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%



	un incremento del 8% en el año 2023.										
			10	6,2564	8,5369						
				62,56%	85%						
Mejorar la atención al cliente por parte de cada colaborador de la empresa VERIPET.	Capacitar al personal en atención al cliente, con metodologías modernas que busquen cumplir con las expectativas de los clientes de la empresa.	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	2	1,25	1,7117117	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			12	7,51890127	10,244144						
				63%	85%						
Realizar el seguimiento correspondiente a las renovaciones de las certificaciones emitidas a los diferentes ítems inspeccionados tal como: autotanques, equipos de izaje, maquinaria etc.	Establecer un registro de seguimiento de clientes, identificando las fechas de caducidad de sus equipos y gestionar mediante comunicaciones con el cliente las respectivas renovaciones.	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	2	1,25	1,7117117	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			12	7,51890127	10,244144						
				63%	85%						
Automatizar los registros de inspección que permita disminuir errores en las memorias	Automatizar la generación de informes	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	1	0,59166667	0,8558559	59%	41%	0%	86%	14%	0%

técnicas entregadas a los clientes			11	6,96056794	9,3882883						
				63%	85%						
Tener una constante actualización y control de la página web de la empresa.	Requerir al proveedor de TICs un Informe Mensual acerca del estatus, mejoras y/o cambios que se hayan realizado en la página web de la compañía.	Elementos tangibles	3	1,62420382	2,5945946	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	2	1,18333333	1,7117117	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			14	8,63503715	11,973874						
				62%	86%						
Ubicar a la empresa en el Centro de Búsqueda Universal "Google" en los primeros resultados de búsqueda por palabras o frases que refieran a los servicios que brinda la empresa.	Inversión en marketing digital, es decir pagar por publicidad en Google.	Elementos tangibles	3	1,62420382	2,5945946	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	2	1,36	1,6972973	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	1	0,59166667	0,8558559	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			12	7,36337049	10,269369						
				61%	86%						
El mercado de la compañía Veripet, exige precios más económicos.	Proceder con una revisión de precios y que estos se puedan ajustar a lo que los clientes esperan recibir.	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	1	0,68	0,8486486	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	1	0,6375	0,8513514	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	1	0,625	0,8558559	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			7	4,25890127	5,9882883						

				61%	86%						
La demanda de este sector del mercado busca créditos directos, es decir requieren que las empresas entreguen los informes previamente para posterior realizar los pagos, esta situación genera una cartera vencida de cobro bastante extensa para la empresa.	Implementar un sistema de cobro mediante Datafast, ya que esto facilitará a los clientes proceder con los pagos con tarjetas de crédito, que de tal manera el dinero ya sería saldado directamente con el banco, así se dispondría de más flujo en efectivo.	Elementos tangibles	2	1,08280255	1,7297297	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	2	1,36	1,6972973	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			13	8,00530255	11,116216						
				62%	86%						
Mejorar el procedimiento de Quejas y Reclamos, para proporcionar una información más clara a quienes conforman la empresa y a sus clientes.	Colocar los contactos de las personas a quien se pueden o deben realizar quejas y/o reclamos, aquí se debe especificar horarios de atención, nombres, cargos, e-mails y números de contactos celular que dispongan de WhatsApp y número convencional con su respectiva extensión.	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
		Empatía	3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			13	8,14390127	11,1						
				63%	85%						
Determinar los requisitos de cada servicio y	Realizar un listado que detalle los requisitos que los clientes deben preparar previo a la	Elementos tangibles	1	0,54140127	0,8648649	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%

comunicarlos de manera eficaz al cliente.	ejecución de cada servicio que se lo requiera y junto a las ofertas enviar estos requisitos; así como también proporcionar de esta información a las personas encargadas de los patios de inspección de la empresa, ubicados en Quito, El Sacha y Guayaquil y ellos se lo puedan entregar a los clientes.	Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	2	1,25	1,7117117	63%	37%	1%	86%	14%	0%
			2	1,18333333	1,7117117	59%	41%	0%	86%	14%	0%
		Empatía									
			11	6,92723461	9,3882883						
				63%	85%						
Crear nuevas tecnologías que faciliten el trabajo de la empresa, que permitan el desarrollo de procesos más eficientes y además que facilite conocer más ampliamente el sector y las competencias que hay en el mercado.	Crear e implementar un departamento de Innovación Desarrollo e Investigación I+D+I	Elementos tangibles	3	1,62420382	2,5945946	54%	46%	0%	86%	14%	0%
		Fiabilidad	3	2,04	2,5459459	68%	32%	0%	85%	15%	0%
		Capacidad de respuesta	3	1,9125	2,5540541	64%	36%	1%	85%	15%	0%
		Seguridad	3	1,875	2,5675676	63%	37%	1%	86%	14%	0%
			3	1,775	2,5675676	59%	41%	0%	86%	14%	0%
			15	9,22670382	12,82973						
				62%	86%						

Nivel de Impacto:	Ponderación
Alto	3
Medio	2
Bajo	1

**Anexo 9.- Determinación de la variable independiente: Último trimestre 2022 y primer trimestre 2023.**

	Item	MEJORA DE PROCESOS	2022	2023
MEJORA DE PROCESOS	1	KPIs	62.56%	85.37%
	2	Atención Cliente	62.66%	85.37%
	3	Seguimiento servicios	62.66%	85.37%
	4	Automatización registros	63.28%	85.35%
	5	Control Página Web	61.68%	85.53%
	6	Plataforma Google	61.36%	85.58%
	7	Revisión de precios	60.84%	85.55%
	8	Créditos exigidos	61.58%	85.51%
	9	Mejora procedimiento Quejas/Reclamos	62.65%	85.38%
	10	Determinar requisitos de inspecciones	62.97%	85.35%
	11	Creación departamento I+D+D	61.51%	85.53%
<b>Variable Mejora de procesos</b>			<b>62.16%</b>	<b>85.44%</b>

*Elabora por: Autora.  
Fuente: servqual*

Anexo 10.- Memo N° 30



FORMA: V-R-M- 43  
**MEMORANDO**  
N° 30

**PARA:** Gerencia y Dirección de la empresa Veripet  
**DE:** Samanta Cruz  
**ASUNTO:** ENTREGA DE UN PLAN DE ACCION PARA LA EMPRESA VERIPET  
**FECHA:** 27 de diciembre de 2022.

Estimados señores gerentes de la empresa Veripet Cía. Ltda., extendiéndoles un cordial saludo, por medio de la presente me permito compartir con ustedes y poner a su consideración el respectivo Plan de Acción para que ayude a la mejora de satisfacción de los servicios brindados a los clientes de la empresa y por ende mejoren sus ingresos, este Plan de Acción se deriva del estudio académico llevado a cabo en mi maestría "PROPUESTA METODOLÓGICA: PROPUESTA DE MEJORA DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y DE LOS PROCESOS DE SERVICIOS DE INSPECCIÓN INDUSTRIAL E HIDROCARBURÍFERO: CASO EMPRESA VERIPET CÍA. LTDA."

Agradezco su gentil atención.

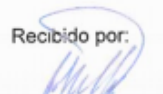
Esperando su acogida a la presente, expreso mi agradecimiento.

Atentamente,



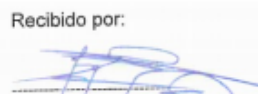
Samanta Cruz  
ASISTENTE DE GERENCIA  
VERIPET CÍA. LTDA.

Recibido por:



Ing. Patricio Villegas  
Directivo / Presidente  
VERIPET CÍA. LTDA.

Recibido por:



Ing. Ronal Tutillo  
Directivo / Gerente General  
VERIPET CÍA. LTDA.