

# ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“Propuesta de mejora para el área de servicio de atención al cliente de la empresa Industrias San Miguel (Kola real), 2021”**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autores:**

Lic. López Bueno, Norman Fabricio  
Lic. Paredes Salinas, Josmell Yoné

**Docente Guía:**

Mag. Moscoso Zegarra, Giomar Walter

**TACNA – PERÚ**

**2022**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## TF Paredes

### INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://megacall.es">megacall.es</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="http://tesis.ucsm.edu.pe">tesis.ucsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://www.gestiopolis.com">www.gestiopolis.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://bibdigital.epn.edu.ec">bibdigital.epn.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://www.group-ism.com">www.group-ism.com</a> Fuente de Internet	1%

## ÍNDICE

RESUMEN	iv
INTRODUCCIÓN	vi
<b>CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO</b>	<b>8</b>
1.1 Título del tema	8
1.2 Origen del tema	8
1.3 Formulación del problema	9
1.4 Justificación de la investigación	11
1.4.1 Justificación teórica	12
1.4.2 Justificación metodológica	12
1.4.3 Justificación práctica	12
1.5 Objetivo general	13
1.6 Objetivos específicos	13
1.7 Metodología	13
1.8 Limitaciones del estudio	17
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>18</b>
2.1 Conceptualización de servicio	18
2.1.1 El concepto de servicio	18
2.1.2 Dimensiones del servicio	22
2.1.3 Dimensiones de la calidad de servicio	26
2.1.4 El concepto de la atención al cliente	32
2.1.5 Evolución de la atención al cliente	35
2.1.6 Herramientas utilizadas para dar un buen servicio al cliente	36
2.2 Análisis comparativo	37
2.3 Análisis crítico	47
<b>CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL</b>	<b>50</b>
3.1 Reseña histórica	50
3.2 Misión, visión y valores	51

3.3	Estructura de la organización	53
3.4	Situación actual de ISM	54
3.5	Productos y servicios comercializados por ISM	56
3.6	Análisis de las áreas de ISM	57
3.7	Análisis externo del sector	60
3.8	Análisis FODA de la empresa	61
3.9	Análisis crítico	64
	<b>CAPÍTULO IV: DESARROLLO DEL TEMA</b>	<b>66</b>
4.1	Propuesta de mejora	66
4.1.1	Identificación del área a mejorar	66
4.1.2	Diagnóstico	66
4.1.2.1	Investigación de mercado	66
4.1.2.2	Análisis de las políticas de atención al cliente de la competencia	84
4.1.3	Definición de propuestas y planes de acción	88
4.1.4	Definición de mecanismos de control y seguimiento	98
4.1.5	Sugerencias	106
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>108</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>110</b>

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación denominado “propuesta de mejora para el área de servicio de atención al cliente de la empresa Industrias San Miguel (Kola Real), 2021” se realizó con el fin de diseñar una propuesta de mejora para la implementación de un Call Center en la empresa Industrias San Miguel (Kola Real), Arequipa. Se realizó una evaluación del problema obteniéndose que la empresa presenta una gestión inadecuada de la atención al cliente, presentando problemas a la hora de recibir las quejas o sugerencias de los clientes mayoristas, llegando a concluirse que es necesario implementar una propuesta de mejora para el área de servicio de atención al cliente mediante la implementación de un call center. La metodología utilizada fue de campo pudiéndose así levantar información importante de 622 bodegas, tiendas y minimarkets que son clientes de ISM; y una investigación descriptiva que permita reconocer la situación problemática que se presenta y brindar alternativas de solución a la misma; se aplicaron instrumentos de investigación tales como el cuestionario aplicado a los clientes y un análisis documental que permitió evaluar los call center de la competencia. Se logró recopilar información relevante que guarda relación con la gestión de atención al cliente, y que presenta mayoritariamente un nivel medio o regular, por ello es por lo que se desarrolló una propuesta de mejora para atender adecuadamente las quejas, reclamos y sugerencias de los clientes mediante la implementación de call center, la cual mejorara la eficiencia del área de servicio dedicada a la atención del cliente de la empresa Industrias San Miguel (Kola Real).

## **ABSTRACT**

This research project called "improvement proposal for the customer service area of the company Industries San Miguel (Kola Real), 2021" was carried out in order to design an improvement proposal for the implementation of a Call Center in the company Industries San Miguel (Kola Real), Arequipa. A diagnosis of the problem was made, determining that the company has poor customer service management, presenting problems when receiving complaints or suggestions from wholesale customers, reaching the conclusion that it is necessary to implement an improvement proposal for the customer service area through the implementation of a call center. The methodology used for the research was in the field to be able to collect relevant information in 622 warehouses, stores and minimarkets that are ISM clients; and a descriptive investigation to be able to know closely the problem that is presented and provide alternative solutions to it; Research instruments were applied such as the questionnaire applied to customers and a documentary analysis that allowed evaluating the call centers of the competition. It was possible to obtain relevant information related to customer service management, which according to the data collected, mostly presents a medium or regular level, for this reason an improvement proposal was developed to adequately address complaints, claims and suggestions from customers through the implementation of a call center, which will improve the efficiency of the customer service area of the company Industries San Miguel (Kola Real).

## INTRODUCCIÓN

El servicio de atención al cliente es trascendente para toda empresa que tiene como finalidad la de brindar un servicio en excelencia que deje al cliente como importante, valorado y respetado. Es probable que el brindar un servicio en excelencia pueda requerir de recursos, tiempo y dinero extra, pero si se hace de manera adecuada, logrará que la organización se diferencie de los competidores, manteniendo una imagen sólida y real ante los clientes potenciales, alentando a los usuarios actuales a adquirir nuevamente el producto.

Existen muchas más razones por las que se debe considerar el servicio al cliente como trascendente y muchas formas en las que se puede asegurar que se está brindando el servicio que crea la experiencia perfecta para los clientes.

En la batalla por los clientes, el servicio al cliente brindado por los call center se convierte en el centro de atención. Si se imagina al call center como un centro de llamadas de fines de los años noventa o inicios del nuevo milenio, puede ser difícil imaginar cómo puede desempeñar un papel tan vital para brindar una gran experiencia a los clientes. Pero el centro de llamadas ha evolucionado mucho en las últimas dos décadas. Hoy en día, los centros de llamadas pueden seguir utilizando servicios telefónicos, pero también emplean servicios de correo electrónico, chat web, mensajes de texto y redes sociales para mantenerse en contacto con sus clientes.

Este proyecto se realiza en Industrias San Miguel ISM (Kola Real) de la ciudad de Arequipa, con el fin de que la misma cuente con un *call center* que permita brindar una mejor atención a los clientes que tienen quejas o sugerencias. Para ello, este proyecto consta de cinco capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el capítulo I, se presentan los antecedentes, que contiene el tema del estudio, se plantea el problema, se formula, el objetivo investigativo, la justificación, el método y sus diversos aspectos, además del alcance y limitación.

En el capítulo II, se elaboró el marco teórico, que consta de los antecedentes o estudios previos de la investigación, además se describe la variable que motiva el



presente estudio, además de construir los análisis comparativo y crítico de cada una de las conceptualizaciones generadas.

En el capítulo III se presenta el marco de referencia, que consiste en una breve descripción de la empresa ISM Kola Real, su filosofía organizacional, además de las características más resaltantes de la organización.

En el capítulo IV, se construyó la propuesta de mejora, indicando el área a mejorar, la selección del marco muestral para la aplicación de los instrumentos generándose un análisis de los hallazgos logrados en el proceso investigativo, además del diseño de la mejora y la construcción de mecanismos de control para la misma.

El capítulo V, presenta finalmente las sugerencias y conclusiones, evidenciando además las fuentes bibliográficas que dan soporte teórico a la investigación junto con los anexos.