

**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**TESIS:**

**"Desarrollo de un Plan de gestión para optimizar la adquisición de pasajes en la empresa Petroperú - Jefatura Servicios Sede Lima"**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:  
Ingeniero Industrial**

**AUTOR:**

**Bach. Aleman Saavedra de Velasquez, Rosa Nelly**

**ASESOR:**

**Mg. Acosta Medina, Luis Enrique**

**LMA- PERÚ  
2020**

## **DEDICATORIA**

En primera instancia debo agradecer a Dios por darme la oportunidad y la fortaleza tan importante y necesaria para seguir con este proyecto y en esta etapa de vida además sabiendo que se enseña con el ejemplo es lo que he pretendido demostrar a toda mi familia y amistades, dedicando a mi esposo a mis hijos (a), a mis nietos (as) nuera y yerno que fueron mi motor y motivo para seguir adelante dejándolos muchos fines de semana molestos por no acompañarlos, ahora misión cumplida y a disfrutar todo ese esfuerzo , siendo mis padres Micaela y Rufitas quienes desde el cielo disfrutará este logro .

## **AGRADECIMIENTO**

Este es un logro grande, debiendo reconocer que gracias a la asesoría y apoyo del Ing. Luis Enrique Acosta Medina profesional excelente de alto nivel sin su ayuda hubiera sido muy difícil cumplir este gran reto, él estuvo detrás de cada uno exigente haciendo seguimiento cada semana durante todo este proceso de asesoría motivándonos constantemente revisando a cada uno de mis compañeros, reconociendo que es un gran líder hombre clave y decir misión cumplida con este reto y mi agradecimiento eterno.

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grado de Bachiller y Título Profesional de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, aprobado por Resolución N° 373-2019-UPCI-R; y en estricto cumplimiento del requisito establecido por el Artículo N° 45, de la ley N° 30220; donde se indica que “la obtención de grados y títulos se realizada de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca” presento ante ustedes la tesis titulada “DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTIÓN PARA OPTIMIZAR LA ADQUISICIÓN DE PASAJES EN LA EMPRESA PETROPERÚ- JEFATURA SERVICIOS SEDE LIMA”, la misma que será sometida a vuestra consideración, evaluación y juicio profesional; a fin de que su aprobación me lleve a ostentar el título profesional de INGENIERA INDUSTRIAL.

Atentamente. -

Rosa Nelly Alemán Saavedra

## INDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDICE .....	v
INDICE DE FIGURAS.....	vii
INDICE DE TABLAS .....	viii
ABSTRACT.....	xi
I INTRODUCCIÓN.....	12
1.1 Realidad Problemática.....	14
1.2 Planteamiento del Problema.....	18
1.3 Hipótesis de la Investigación.....	18
1.4 Objetivos de la Investigación .....	19
1.5 Variables, dimensiones e indicadores .....	19
1.6 Justificación del estudio .....	20
1.7. Antecedentes Nacionales e Internacionales .....	21
1.8. Marco Teórico .....	33
1.9. Definición de términos básicos .....	43
II. MÉTODO.....	46
2.1 Tipo y diseño de la Investigación.....	46
2.2 Población y muestra .....	47
2.3 Técnicas para la recolección de datos .....	48
2.4 Validez y Confiabilidad de Instrumentos.....	48
2.5 Procesamiento y análisis de los datos .....	50
2.6 Aspectos Éticos .....	50
III. RESULTADOS.....	51

3.1	Resultados Descriptivos .....	51
3.2	Prueba de Normalidad .....	63
3.3	Contratación de Hipótesis .....	63
IV.	DISCUSIÓN .....	68
V.	CONCLUSIONES .....	70
VI.	RECOMENDACIONES.....	71
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
	ANEXOS .....	74
	Anexo1. Matriz de Consistencia .....	74
	Anexo 2. Instrumento de Recoleccion de Datos .....	75
	Anexo 3. Base de Datos .....	76
	Anexo 4. Evidencia de similitud Digital .....	78
	Anexo 5. Autorizacion de publicacion en el repositorio.....	83
	Anexo 6. Desarrollo de la investigacion .....	84

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edificio Oficina Principal - Refinación Conchán.....	14
Figura 2: Cantidad Vuelos por Sede Enero a Marzo 2019 .....	17
Figura 3: Cantidad a Nivel Corporativo de vuelos nacionales Enero a Marzo 2019.....	17
<i>Figura 4: ¿Ud. Cree que el del procedimiento actual reduce los costos en la adquisición de pasajes?.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 5: ¿Ud. Cree que el cumplimiento del procedimiento ha reducido los costos en la adquisición de pasajes? .....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 6: ¿Ud. Cree que el procedimiento actual reduce la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 7: ¿Ud. Cree que el procedimiento ha reducido la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 8: ¿Considera que un plan no mejora los presupuestos?.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 9: ¿Considera que este plan implementado permitirá mejorar los presupuestos? .....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 10: ¿Consideras que la atención de solicitudes es óptima? .....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 11: ¿Consideras que este plan está mejorando la atención de solicitudes para adquisición pasajes?.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 12: ¿Consideras que la atención es oportuna y eficaz? .....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 13: ¿Consideras que este plan te permite una atención oportuna y eficaz? .....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 14: ¿Considera que la atención solicitada le permitió utilizar línea aérea de su preferencia? .....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 15: ¿Considera que el cumplimiento del procedimiento en el tiempo solicitado le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?.....</i>	<i>62</i>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cantidad Total de Pasajes entre Enero – Marzo 2019 .....	16
Tabla 2: Operacionalización de la variable Desarrollo de un Plan de Gestión.....	19
Tabla 3: Operacionalización de la variable Optimizar adquisición de pasajes.....	20
<i>Tabla 4: ¿Ud. Cree que el del procedimiento actual reduce los costos en la adquisición de pasajes?.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 5: ¿Ud. Cree que el cumplimiento del procedimiento ha reducido los costos en la adquisición de pasajes? .....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 6: ¿Ud. Cree que el procedimiento actual reduce la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 7: ¿Ud. Cree que el procedimiento ha reducido la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 8: ¿Considera que un plan no mejora los presupuestos? .....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 9: ¿Considera que este plan implementado permitirá mejorar los presupuestos? .....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 10: ¿Consideras que la atención de solicitudes es óptima?.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 11: ¿Consideras que este plan está mejorando la atención de solicitudes para adquisición pasajes?.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 12: ¿Consideras que la atención es oportuna y eficaz?.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 13: ¿Consideras que este plan te permite una atención oportuna y eficaz? .....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 14: ¿Considera que la atención solicitada le permitió utilizar línea aérea de su preferencia? .....</i>	<i>61</i>

<i>Tabla 15: ¿Considera que el cumplimiento del procedimiento en el tiempo solicitado le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 16: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en la adquisición de pasajes .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 17: Valores del Software Estadístico SPSS en la adquisición de pasajes .....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 18: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados de satisfacción de usuarios .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 19: Valores Software Estadístico SPSS en la satisfacción del cliente .....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 20: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en la reducción de costos en la adquisición de pasajes .....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 21: Valores Software Estadístico SPSS en la reducción de costos en la adquisición de pasajes.....</i>	<i>67</i>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación cuyo título es: “Desarrollo de un plan de gestión para optimizar la adquisición de pasajes en la empresa Petroperú - Jefatura Servicios Sede Lima”, plantea la problemática de la situación actual del proceso para la adquisición de pasajes aéreos, donde se observa que el proceso presenta deficiencias y demora en los tiempos de ejecución de tareas y procedimientos operativos, produciéndose el uso ineficiente de los recursos operativos del proceso, afectando en el mediano plazo en la insatisfacción de los clientes, elevando los costos y pérdida de ganancias para la empresa.

Visto estas deficiencias se actualizará procedimiento mejorando los tiempos para las solicitudes de pasajes y se desarrolló un plan desde un enfoque basado en cumplir objetivos y propósitos del proceso a mediano plazo que permitirá la mejora de la eficiencia del proceso para adquisición de pasajes

Se analizará y verificará en que medida el plan de gestión aumentará el nivel de satisfacción de los clientes atendidos para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima, y cómo el desarrollo de un plan de gestión ayudará a reducir los costos y presupuestos asignados a la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima y demostrar la hipótesis planteada “Como El desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

Palabras clave: Plan, Procesos, Gestión, Optimización, Eficiencia.

## ABSTRACT

The present research work whose title is: “Development of a management plan to optimize the acquisition of tickets in the company Petroperú S.A. - headquarters services Lima headquarters”, raises the problem of the current situation of the process for the acquisition of air tickets, where it is observed that the process presents deficiencies and delay in the execution times of tasks and operational procedures, resulting in the inefficient use of the operational resources of the process, affecting in the medium term in the dissatisfaction of the clients, raising the costs and loss of profits for the company.

In view of these deficiencies, the procedure will be updated improving the times for ticket requests and a plan was developed from an approach based on fulfilling objectives and purposes of the medium-term process that will allow the improvement of the process efficiency for ticket acquisition

It will be analyzed and verified to what extent the management plan will increase the level of satisfaction of the clients served for the acquisition of tickets by the Services headquarters of the company PETROPERU S.A. Lima Headquarters, and how the development of a management plan will help reduce the costs and budgets assigned to the services head of the company PETROPERU S.A. Lima Headquarters and demonstrate the hypothesis “How The development of a management plan significantly optimizes the acquisition of tickets in the Services Headquarters of the PETROPERU Lima Headquarters.

Keywords: Plan, Processes, Management, Optimization, Efficiency.

## I INTRODUCCIÓN

En esta globalización empresarial es un reto para todas las empresas y para todos los administradores de servicios buscar la eficiencia operativa de procesos y mejorar el desempeño siendo necesario desarrollar planes de gestión como es el caso de este trabajo de investigación y cuyo objetivo es el desarrollo de un plan de gestión para optimizar la adquisición de pasajes a la Jefatura de servicios en la empresa Petroperú sede Lima suceda así Nuestra fortaleza es el posicionado como la empresa pionera, líder y emblemática del país. Desde nuestra creación, hemos cumplido la enorme responsabilidad de abastecer de combustible a todo el territorio nacional, y de mantener una política de mejora continua y protección ambiental como parte de la estrategia de desarrollo sostenible

El problema es que a medida que aumenta el flujo de usuarios y crecimiento de las tareas operativas se incrementará la adquisición de pasajes debiendo establecer un plan de mejora de este proceso en la Jefatura Servicios Petroperú Sede Lima siendo importante el apoyo de todas las áreas para adquisición de pasajes.

En el Capítulo I, se aborda temas como: Planteamiento del problema, Formulación del problema, Objetivos, Justificación dentro de ella se considera a la Justificación teórica, Justificación práctica y Justificación metodológica, del mismo modo se hace referencia a la Hipótesis, Metodología de la investigación dentro de ello se considera al Tipo de investigación, Nivel de investigación, Método de investigación, Fuente de información, Técnicas de recopilación de datos, Población, Muestra. En el Capítulo II, se hace referencia a los siguientes puntos: Antecedentes dentro de las cuales se tiene algunas

investigaciones consideradas para la presente investigación, del mismo modo se hace referencia al Marco Teórico y al Marco Conceptual. Capítulo III, aborda el Plan de Gestión que se tendrá que tomar en cuenta para que se realice la disminución de costo en la compra de pasajes aéreos de PETROPERÚ. Capítulo IV, se mencionará los resultados obtenidos a través de la programación lineal desarrollada. Finalmente, Capítulo V se hará una discusión entre los resultados versus el procedimiento actual que se realiza en PETROPERÚ S.A.

## 1.1 Realidad Problemática

En el contexto, el sistema empresarial se encuentra en un proceso de perfeccionamiento que en sí constituye un programa de mejora, en la medida en que este se apoye en enfoques de carácter holístico e integrador, se obtendrán mejores resultados.



*Figura 1: Edificio Oficina Principal - Refinación Conchán*

Este proyecto de investigación es desarrollado en la empresa PETROPERÚ S.A. sede Lima , Petroperú es una empresa estatal de derecho privado del Sector Energía y Minas, que ejecuta actividades de hidrocarburos según Ley 26221, en todas las fases de la industria y comercio incluyendo sus derivados, la industria petroquímica básica e intermedia, y otras formas de energía, los productos procesados se realizan en las Refinerías de Talara, Iquitos, Conchán, El Milagro, razón por la cual el personal

operativo y administrativo se moviliza trasladándose de un lugar a otro constantemente en las diferentes operaciones a cumplir labores operativas, incluyendo los terminales del Norte centro y del Sur, Pisco, Ilo y Mollendo, plantas Cusco y Juliaca, Chimbote, Salaverry y Eten.

La Jefatura Servicios sede Lima es la encargada de gestionar administrar y el control para la adquisición de pasajes (vía aérea) actualmente se cuenta con un contrato asignado a una agencia de viajes quien es la empresa responsable de la solicitud y emisión de boletos electrónicos mediante vía telefónica o vía internet.

En la actualidad se cuenta con un procedimiento para adquisición de pasajes que data desde el año 2012 en el que no se ha considerado tiempo de atención de solicitudes lo cual ocasiona problemas de sobre costo insatisfacción siendo parte de esta investigación la revisión y actualización de este procedimiento indicando tiempos y esperando se cumpla lo cual mejorará los costos además de una mejor atención en oportunidad para los usuarios en rutas aerolíneas y horarios, y la eliminación de quejas.

En consecuencia el presente proyecto de investigación se enfocará a desarrollar un plan de gestión para la adquisición de pasajes que permita a la empresa PETROPERU S.A. jefatura Servicios Sede Lima mejorar la atención de este servicio una gestión de servicio en oportunidad, eficiente con procedimientos actualizados y con mejoras en los costos para la adquisición de pasajes.

La Jefatura de Servicios no es ajenas a la exigencia actual del mercado como clientes más exigentes que solicitan su entera satisfacción administraciones que evalúan en base a resultados económicos, razón por la cual la jefatura de Servicios en que cual laboro debe efectuar un mejoramiento en la adquisición de pasajes para los trabajadores pensando como objetivo que permita un mejoramiento continuo, la pregunta que surge en estos términos es que metodología debe ser el adecuado para lograr establecer un proceso de mejora continua y que esté dentro de los parámetros de eficiencia operativa.

En el siguiente gráfico podemos verificar la demanda de pasajes en la empresa

Petroperu a nivel nacional, Sede Lima atiende en un 78%.

Tabla 1: Cantidad Total de Pasajes entre Enero – Marzo 2019

<b>PASAJES</b>	<b>IQUITOS</b>	<b>TALARA</b>	<b>LIMA</b>	<b>OLEODUCTO</b>
Total Nacional IDA	98	559	162	354
Total Nacional IDA Y VUELTA	208	518	583	180
Total Nacional TR	9	0	0	0
Total Internacional	0	0	4	0
<b>Total de Pasajes</b>	<b>315</b>	<b>1077</b>	<b>749</b>	<b>534</b>

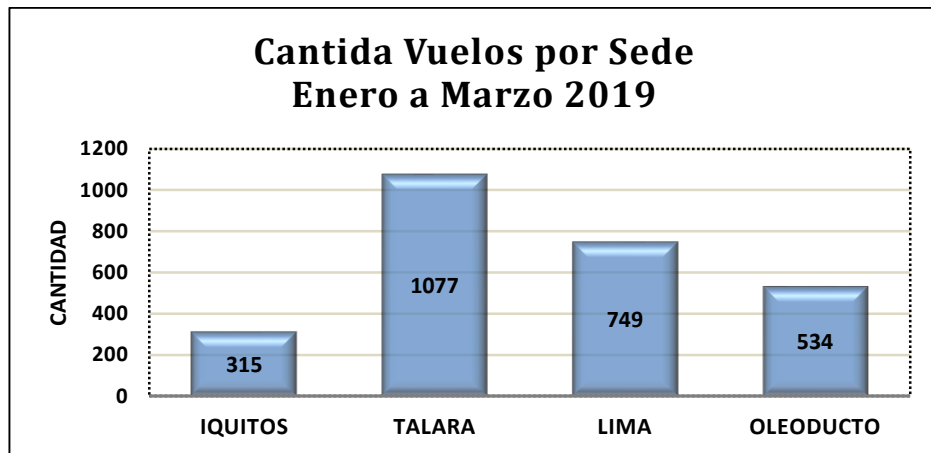


Figura 2: Cantidad Vuelos por Sede Enero a Marzo 2019

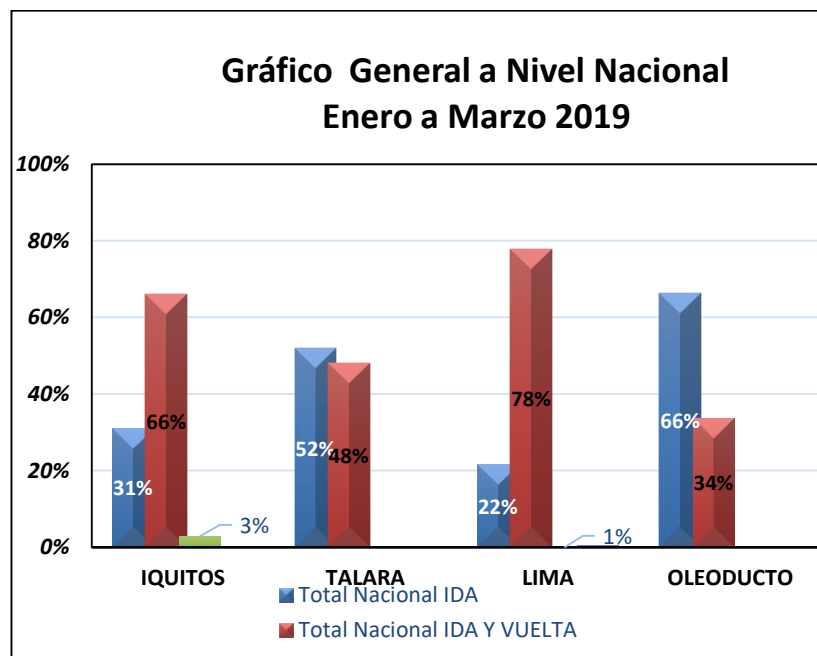


Figura 3: Cantidad a Nivel Corporativo de vuelos nacionales Enero a Marzo 2019

## 1.2 Planteamiento del Problema

### Problema general

¿De qué manera el desarrollo de un plan de gestión permitirá optimizar la adquisición de pasajes a la jefatura Servicios de la empresa Petroperú S.A. Sede Lima?

### Problemas Específicos

¿En qué medida el plan de gestión aumentará el nivel de satisfacción de los clientes atendidos para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima?

¿Cómo el desarrollo de un plan de gestión ayudará a reducir los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima?

## 1.3 Hipótesis de la Investigación

### Hipótesis general

El desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

### Hipótesis Específicas

El desarrollo de un plan de gestión aumenta el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

El desarrollo de un plan de gestión reduce significativamente los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

#### 1.4 Objetivos de la Investigación

##### Objetivo General

Desarrollar un plan de gestión para optimizar la adquisición de pasajes a la Jefatura de servicios en la empresa Petroperú sede Lima.

##### Objetivos Específicos

Aumentar el nivel de satisfacción de los clientes atendidos en la atención de adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima

Reducir los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes a la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima

#### 1.5 Variables, dimensiones e indicadores

Tabla 2: Operacionalización de la variable Desarrollo de un Plan de Gestión

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Desarrollo de un plan de gestión	Procedimientos establecidos	Cantidad de procedimientos establecidos
	Atención de solicitudes de servicio	Tiempo de atención de solicitudes de servicio

Tabla 3: Operacionalización de la variable Optimizar adquisición de pasajes

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Optimizar la adquisición de pasajes	Satisfacción de Usuarios	Nivel de Satisfacción
	Costos	Costos reducidos

## 1.6 Justificación del estudio

La implementación de un plan de gestión para la compra de pasajes tiene como finalidad la optimización del proceso de compra de pasajes en la Jefatura Servicios Sede Lima de la empresa PETROPERU S.A. Entre los beneficios más importantes que puede generar, tenemos:

Una atención oportuna con eficiencia y a satisfacción del cliente que es la razón de ser brindando un servicio de calidad y en beneficio de la empresa PETROPERU porque permitirá reducir costos mantener estadísticas y mejorar los presupuestos y la asignación de recursos humanos y económicos.

El manejo y control de reportes mensuales permitirá a la Alta Gerencia a tomar decisiones y mejorar registros.

El estudio planteado permitirá que la Jefatura Servicios de PETROPERU S.A. brindar a sus clientes y colaboradores una atención a tiempo y satisfacción, traslado en línea aérea de confianza reducir recursos económicos y humanos.

## 1.7. Antecedentes Nacionales e Internacionales

### 1.7.1. Tesis Internacional

Pedro D. V. L. (2015) Titulado "*Diseño de un Manual de Contratación y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores Pasamanería S.A.*"

Este autor nos dio su manual de gestión empresarial Pasamanería SA, lo que nos permitió analizar conjuntamente los procedimientos para evaluar y valorar el rendimiento y la eficiencia de sus proveedores.

Después de la última, los procedimientos se adaptan a las realidades actuales de negocios con el fin de mejorar el proceso de adquisición en curso.

Con el manual, fue capaz de identificar cómo funcionan cada una de las personas que conforman el departamento de compras. Y como proponer el uso de indicadores, evaluación periódica y objetiva de los efectos que las medidas están en curso.

### Conclusiones

Debido al estrés en el trabajo en estos días, el personal de adquisiciones recomienda la dotación de personal para facilitar ideales en buenas funciones de forma para cumplir con la clasificación y la estimación de los proveedores de gráficos.

El autor menciona como una oportunidad para mejorar la aplicación de los procedimientos propuestos en su conjunto, ya que están fabricadas por la empresa, entonces van a ser un apoyo clave para el proceso mencionado, y los

cambios que han puesto en marcha y plenamente debido a las mejoras identificadas en el uso diario que se hará.

### **Recomendaciones**

Recomendó la importancia de la participación del área de calidad en el proceso de adquisición mediante el control del momento del parto aumentó establecido con los proveedores, la mejora de los procedimientos para la evaluación y calificación de desempeño de los proveedores. Uso de la flexibilidad que tiene el sistema PSP (Pasamanería Sistema de Producción) Lo que es un adaptador para la sociedad empresarial, podría ser un ejemplo como un proyecto de automatización en los procesos posteriores para los proveedores elegibles con este sistema.

Otra recomendación es nombrar al jefe del área comercial como único ejecutor de renovar y adaptar los procedimientos aplicados a los cambios en el proceso en el tiempo, de modo que ambos procedimientos de evaluación de adquisición de manuales de gestión y calificación de desempeño proveedor siempre reflejan la realidad del proceso de trabajo.

Algunas conferencias fueron dadas al equipo de adquisición en el trabajo en equipo, ya que la propuesta requiere la colaboración activa de cada una de las personas que se encuentran actualmente en el departamento de compras, por lo que el trabajo en equipo es esencial para implementar adecuadamente las propuestas descritas en esta investigación. (Vásquez Lazo, 2015)

### 1.7.2. Tesis Nacionales

Herazo G. P. /Andre H. B. (2017), titulado *"Informe de la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad de los clientes de la marca en los vuelos domésticos Latam"*

Se indica que el mercado para las rutas aéreas sigue creciendo, las nuevas empresas que entran en el mercado, el nuevo servicio de estilos, entre otras características que hacen que el mercado sea más atractivo para los usuarios, el tráfico aéreo en vuelos interiores un incremento del 5,0% en comparación con el mismo periodo de 2016.

También mencionó que hay obras en el mercado, incluyendo América, Peruvian Airlines, Avianca, Carolina del Perú y Star Perú. Se puede indicar que cada aerolínea debe distinguirse unos de otros en función del servicio que estas pueden ofrecer a sus pasajeros. Las empresas a menudo se centran en ella, pero la forma en que pueden proporcionar un servicio para definir la marca lealtad del consumidor. Esta investigación tiene como objetivo examinar la relación entre la calidad del servicio, la satisfacción de los clientes y Latam lealtad a la marca.

Durante la revisión del primer capítulo, se observa en detalle el tema de la investigación, el razonamiento, antecedentes relevantes al tema y los supuestos que deben adoptarse. Luego, en el segundo capítulo describe la metodología de la investigación, las variables definidas, diagnóstico, diseño de la investigación, instrumentos y eso es lo dirigió el estudio.

## Conclusiones

Posteriormente, los resultados de la prueba de la herramienta, la contratación de sus supuestos para los instrumentos de cálculo, sus quejas, los resultados y recomendaciones basadas en los resultados del estudio. Latam refleja cómo los clientes se relacionan con la eficiencia del servicio y la similitud con la satisfacción y la lealtad, al ser un jugador importante en la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca en sus variables propuestas en el servicio de la satisfacción y la lealtad característica de la marca de los clientes que está vinculada de manera muy significativa. Los resultados de los cuestionarios y el posterior análisis estadístico (Rho de Spearman) confirmaron la interacción entre estas variables y la calidad de servicio. Se propone establecer la relación entre esta dimensión, la satisfacción y la lealtad. A consecuencia, se encontró que los elementos tangibles no relacionadas con la satisfacción del cliente Latam.

La proporción de los encuestados consideraron fijo para los sentidos como folletos, sonidos, componentes de aeronaves modernas, entre otros, no son tan importantes en la elección de la decisión de avión para ir, ya que la gran totalidad de estos estos elementos no terminan siendo muy relevante. Un jugador importante en la calidad del servicio es "fiabilidad", lo que determina que la fiabilidad es una analogía significativa con la complacencia de los clientes Latam. ( Pachas & Huamancayo Balarezo, 2017)

Rojas. C.M.A. (2015) como una herramienta para la optimización de procesos "*círculo de Deming - PDCA considerar este estudio en 2015 en la empresa Topy Top SA de San Juan de Lurigancho - 2017*

Indica la falta de optimización en el proceso de compra de la empresa Topy Top SA, de acuerdo con lo que el problema es cierto: ¿A medida que la herramienta Círculo de Deming - PDCA optimiza el proceso de compra de la empresa Topy Top SA San Juan de Lurigancho I? La justificación de la tesis es el de mejorar la calidad global basado en el Círculo de Deming - PDCA, conoce la empresa de gestión de proceso de compra genera tanto las pérdidas económicas y de tiempo (horas - hombre).

Su diseño propuesto fue observacional - descriptivo - transversal, este tipo de proyecto consiste en la recogida de datos en un solo fenómenos de corte de observación a medida que ocurren naturalmente, sin interferir en su desarrollo en el que el tipo de estudio es descriptivo - correlacional. La muestra son 30 las personas que son parte de la compra. El instrumento utilizado fue un cuestionario de 23 preguntas.

Los resultados, la compañía de crecimiento económico, los ingresos y la satisfacción en el trabajo. En la prueba de la hipótesis, existe la correlación de Pearson entre círculo Deming PDCA y el proceso de compra es 0,781, lo que indica una fuerte correlación; En cuanto a la importancia o el valor de la prueba de muestras independientes fue 0,003, aceptar la hipótesis alternativa, es decir, el círculo de Deming PDCA está relacionado con el proceso de adquisición.

## Conclusiones

Su conclusión es la relación con la demanda objetivo general "si la herramienta Círculo de Deming - PDCA cambiar el proceso de compra de la empresa Topy Top SA de San Juan de Lurigancho - 2015", ganando una fuerte correlación de los resultados con valor de significación estadística de Pearson 0,781 y 0,000, lo que indica que existe una relación significativa en su muestra de 30 empleados de las empresas Topy Top SA

El primer objetivo "Para determinar la relación entre la fase del círculo plan de herramienta de Deming - PDCA y el proceso de empresa compradora Topy Top SA" para el resultado de una fuerte correlación con el valor estadístico de Pearson 0,717 0,000 e importancia, lo que determina una relación un gran estudio en su muestra de 30 empleados de la empresa Topy Top SA

A continuación, el segundo gol "para analizar la relación entre la Fundación Make Deming herramienta de círculo fase - proceso PDCA y compañía compra Topy Top SA" obtener el resultado de una correlación significativa con un valor estadístico de Pearson 0,684 y la significación de 0,000, lo que indica existe una relación significativa en su muestra de 30 empleados de la empresa Topy Top SA

Su objetivo específico es determinar y "Evaluación de la fase de acción de la herramienta de círculo de Deming - PDCA y el proceso de compra de la empresa Topy Top SA", obteniendo el resultado de la correlación baja, con un valor de 0,594 estadísticas de Pearson y 0.000 importancia lo que indica que existe una relación significativa en una muestra de 30 empleados de la SA Arriba Arriba

95% de confianza en la investigación de Deming círculo como una herramienta para optimizar el proceso de adquisición. Mediante la aplicación de la prueba t de Student

para muestras independientes hojas la hipótesis nula de no efecto que un p\_value resultado = 0,003 se obtuvo.

### **Recomendaciones**

Su recomendación es incluir el programa en otras áreas de la sociedad, lo que sería muy beneficioso y por lo tanto reducir los costes y aumentar la rentabilidad, la formación de los empleados sobre cuestiones de mejora continua, la calidad y los procesos de gestión. la creación de valor en capital humano, tiene la intención de llevar a cabo un plan que se identifican brechas y oportunidades de mejora; identificar posibles soluciones y posible alcanzar mejor los objetivos se seleccionan.

Vilcachagua. B., F. (2017) realizó un estudio *"Desarrollo de un sistema de gestión de la flor de SAC móvil de empresa de venta de entradas flor móvil SAC"*

Es la empresa de búsqueda móvil SAC flor cuya cabeza es el transporte interprovincial orientada a la venta y reserva de entradas de registro de cliente (I, entradas de ventas y reservas, informes de ventas) utilizando d un procedimiento manual para el registro y control de las ventas, pero no se convierte en eficaz y provoca retrasos y tiempos de ciclo que tienen un impacto negativo en el rendimiento de la gestión de ventas. Este escenario demuestra la necesidad de una herramienta que proporciona una solución que le permite optimizar estas actividades.

En este trabajo se desarrolla un sistema de gestión de ventas y reserva de entradas, metodología de análisis de Rational Unified Process (RUP), que comienza con la captura del documento de requisitos que se describen en detalle las especificaciones

de los requisitos de software, es decir, determinar los recursos y las características que debe tener el sistema o restricciones deben ser aceptadas por el cliente. El objetivo es automática y sistemática, a través de una aplicación web, todo el proceso de registro de clientes, ventas y reservas de billetes empresa de telefonía móvil Flor SAC. El diseño e implementación de sistema web presentado en esta tesis es crear un sistema de gestión y control que permite empresa de telefonía móvil SAC Flor proporcionar una fuente de información en la web,

La influencia del diseño del sistema web para los servicios de imagen de la empresa a través de una aplicación que facilita la venta de billetes e información de reserva, utilizando un nuevo cliente, entonces la adición del sistema de Web en una serie de funciones de gestión y control información sobre la compañía. El objetivo principal de la tesis es el problema para resolver el problema de la venta de billetes y reservas de la empresa Movil SA flor.

sistema de gestión de impacto podría mejorar el proceso de emisión de billetes, lo que puede tardar mucho tiempo para servir a sus clientes, ahora cubiertas y cumple con los requisitos funcionales de sus usuarios para especificar este indicador.

la eficacia del desarrollo de un sistema de gestión tiene una influencia satisfactoria en la mejora de las ventas de boletos, en términos de contenido de carga y tiempos de respuesta de las aplicaciones para los usuarios, las características que influyen en este indicador de la calidad, la fiabilidad de las influencias de éxito mejorar el desarrollo del sistema de gestión de la venta de entradas, ya que garantiza el correcto funcionamiento del software para mantener un cierto nivel de rendimiento cuando se utiliza en condiciones específicas, las características que determinan el indicador de calidad.

Tener que conseguir el entrenamiento constante para todo el personal de ventas, incluyendo las ventas en línea siguen evolucionando la aplicación a las necesidades de la empresa, la adición de una conversación como herramienta de comunicación sincrónica para los clientes.

La sistematización es una oportunidad de mejora en el que trabajamos y nos recomendaron en mi investigación para mejorar los ciclos de la puntualidad y el trabajo de largo que afectan negativamente al rendimiento de la gestión. (Rojas Zuta , 2017)

Vilcachagua. B., F. (2017) realizó un estudio *Desarrollo de un sistema de gestión de la flor de SAC móvil de empresa de venta de pasajes flor móvil SAC*

Es la empresa de búsqueda móvil SAC flor cuya cabeza es el transporte interprovincial orientada a la venta y reserva de entradas de registro de cliente (I, entradas de ventas y reservas, informes de ventas) utilizando d un procedimiento manual para el registro y control de las ventas, pero no se convierte en eficaz y provoca retrasos y tiempos de ciclo que tienen un impacto negativo en el rendimiento de la gestión de ventas. Este escenario demuestra la necesidad de una herramienta que proporciona una solución que le permite optimizar estas actividades.

En este trabajo se desarrolla un sistema de gestión de ventas y reserva de entradas, metodología de análisis de Rational Unified Process (RUP), que comienza con la captura del documento de requisitos que se describen en detalle las especificaciones de los requisitos de software, es decir, determinar los recursos y las características que debe tener el sistema o restricciones deben ser aceptadas por el cliente. El objetivo es automática y sistemática, a través de una aplicación web, todo el proceso de registro de

clientes, ventas y reservas de billetes empresa de telefonía móvil Flor SAC. El diseño e implementación de sistema web presentado en esta tesis es crear un sistema de gestión y control que permite empresa de telefonía móvil SAC Flor proporcionar una fuente de información en la web,

La influencia del diseño del sistema web para los servicios de imagen de la empresa a través de una aplicación que facilita la venta de billetes e información de reserva, utilizando un nuevo cliente, entonces la adición del sistema de Web en una serie de funciones de gestión y control información sobre la compañía. El objetivo principal de la tesis es el problema para resolver el problema de la venta de billetes y reservas de la empresa Movil SA flor. Los huecos pueden ser identificados para acelerar su proceso.

sistema de gestión de impacto podría mejorar el proceso de emisión de billetes, lo que puede tardar mucho tiempo para servir a sus clientes, ahora cubiertas y cumple con los requisitos funcionales de sus usuarios para especificar este indicador.

la eficacia del desarrollo de un sistema de gestión tiene una influencia satisfactoria en la mejora de las ventas de boletos, en términos de contenido de carga y tiempos de respuesta de las aplicaciones para los usuarios, las características que influyen en este indicador de la calidad, la fiabilidad de las influencias de éxito mejorar el desarrollo del sistema de gestión de la venta de entradas, ya que garantiza el correcto funcionamiento del software para mantener un cierto nivel de rendimiento cuando se utiliza en condiciones específicas, las características que determinan el indicador de calidad.

Tener que conseguir el entrenamiento constante para todo el personal de ventas, incluyendo las ventas en línea siguen evolucionando la aplicación a las necesidades de

la empresa, la adición de una conversación como herramienta de comunicación sincrónica para los clientes.

La sistematización es una oportunidad de mejora en el que trabajamos y nos recomendaron en mi investigación para mejorar los ciclos de la puntualidad y el trabajo de largo que afectan negativamente al rendimiento de la gestión. (Vilcachagua Blas , 2017)

Alexander R. C. C., Jhan Pierre G. M. (2018), con el tema "*optimización de los procesos de negocio de una compañía aérea mediante la aplicación del PDCA*" propuesto como objetivo óptimo para una aerolínea que opera procedimientos de Perú; la evaluación de la situación actual de la empresa, la definición y medición de indicadores, desarrollo, implementación y verificación de medidas para mejorar el crecimiento de la productividad.

La inversión total de US \$ 14,949.21 proyecto. En la fase de planificación, un proceso de negocio 0.00027621 vuelos / dólar nivel de productividad global eficiencia de 46.58%, la eficiencia global del 54,91%, el entorno de trabajo y el 64% del costo de la calidad 12,61% se obtuvo. plan de un negocio, que tuvo como punto de partida la aplicación de la metodología 5S, conseguir una mejora del 65,87% de la tasa 5S 81.90%, lo que dio lugar a la mejora de los procesos operativos desarrollados. Esto se traduce en una mayor productividad 0,00027651 vuelos / dólar, la eficiencia total de 58,82%, 63,84% la eficiencia general en el lugar de trabajo y el 72%, lo que reduce los costes de calidad a 10,13%.

Índice de mejorar la productividad alineado con el proyecto cada vez 0.00027651 Vuelos / \$, después de la puesta en práctica de planes de mejora de los procesos de negocio de la aerolínea.

## **Conclusiones**

El diseño e implementación de la flota de software de programación de la tripulación y la aeronave, un mapa del sistema y la zonificación y el desarrollo de los cinco pasos de instalaciones Metodología 5, donde se desarrollan los procesos de negocio; la relación entre el aumento de 63,84% a la eficiencia 67,77%, la tasa de uso del teléfono celular en un 66% y el indicador 5'S 81,9%. La evidencia de una mejor utilización de los recursos.

7%, lo que reduce las cancelaciones de vuelos, la ejecución del programa de formación y capacitación para el personal del aeropuerto y el plan anual de toda tasa de formación del personal del 59%; y el 72% de contenido de escritorio con la aplicación del reconocimiento e incentivos, gestión social y reuniones y eventos. la gestión del rendimiento mejor talento humano. Es importante tener en cuenta la mejora continua de la zona para identificar oportunidades de mejora y verificación del cumplimiento de la mejora establecida.

Es necesario dirigir un porcentaje del presupuesto para llevar a cabo los negocios de la organización y el mantenimiento de un buen ambiente de trabajo, y establecer un mecanismo de seguimiento, la medida mensual de los indicadores de gestión establecidos como oportunidades de mejora mediante la aplicación del PDCA. (De la Cruz Casas & Gonzales Mejía)

## **1.8. Marco Teórico**

### **1.8.1. Plan de Gestión**

Un plan de gestión es una estructura que aporta a crear la mejor manera de gestionar la organización en sus actividades diarias y de largo plazo. Incluye métodos específicos para hacer cosas diferentes: el manejo de dinero, muchas de las tareas comunes de la organización, dirección de cómo la gente de la organización trabaja de sus labores; y el contexto general, filosófica e intelectual en estos métodos de trabajo.

El plan de gestión de la organización en particular depende de varios factores:

#### **¿Cuál es la organización tratando de lograr?**

Una iniciativa entre los vecinos para lograr un objetivo simple, por ejemplo, para evitar la demolición de un edificio histórico, preservación de espacios abiertos o construir un parque infantil, requieren un manejo muy diferente, por ejemplo, planes de salud de una clínica para servir. Comunidad durante años. Es posible que algunos problemas son tan importantes como la búsqueda clínicos (salarios y beneficios sociales, por ejemplo) simplemente no existen en otra organización.

#### **¿Lo que hay que hacer todos los días para mantener la organización en funcionamiento?**

Las tareas reales que mantienen en funcionamiento la organización, que protegen su imagen de los donantes y la comunidad y lograr sus objetivos, para ser tan eficaz y el tiempo. ¿Quién es responsable de esto, el número de usuarios de Internet tienen problemas con los mecanismos que para la organización de que se trate?

**¿Cuánto necesita la gente la libertad en todos los niveles de la organización para hacer su trabajo?**

No se puede hacer nada sin tener que pasar a través de múltiples niveles de gestión, la organización no será muy eficaz.

**¿Qué recursos están disponibles para implementar un plan de gestión? ¿Teniendo en cuenta la situación financiera de la organización, los administradores pueden pagar?**

Si la respuesta es una o dos veces, el plan de gestión será muy diferente si la respuesta sobrepasa a tres.

**¿A medida que el plan de gestión de la misión y la filosofía de la organización?**

Es importante, tanto para el funcionamiento interno de la organización y cómo la comunidad puede ver, hay una coherencia entre lo que la organización dice acerca de sí mismo y cómo se gestiona. Si una organización quiere ser democrática, pero no le da el poder a su personal, que no violan sus propios principios y por lo tanto hace que sus objetivos como sea posible, sino que también pone en peligro su reputación. (La Caja de Herramientas Comunitarias, s.f.)

**¿Por qué su organización necesita un plan de gestión?**

Suponemos que sigan funcionando en una organización requiere mucho trabajo.

**¿Por qué molestarse para crear un plan único para qué? ¿Por qué no hacer las cosas de la manera que usted necesita?**

A excepción de la última, todos los puntos específicos se aplican a las organizaciones con un número de miembros del equipo. Sin embargo, incluso una organización de un hombre necesita un plan de gestión.

**¿Cuándo se pagan las facturas? ¿La forma de interactuar con otras organizaciones y entidades? ¿Debe tener una cuenta bancaria?**

Todos los asuntos relacionados con la gestión, y que esta sección es en realidad.

La respuesta general es que para la organización es muy importante no dejar las cosas al azar. Si no hay ningún plan puede ser ignorado las tareas cotidianas, las situaciones de emergencia pueden surgir, ocasionando de que nadie sepa cómo manejar las tareas y no puedan ser claros y, sobre todo, los laboratorios de la organización no se pueden hacer bien o no se hace. Un buen plan de ayuda a lograr los objetivos de gestión de muchas maneras:

1. Clarifica las responsabilidades y funciones dentro de la organización, de manera que todo el mundo sabe qué hacer y todo el mundo. Los empleados saben a dónde acudir, consultar, dar seguimiento, generar información, etc. También conoce los límites de su propia posición es cuando puedo hacer algo sin tener que consultar a alguien y no cuando.
2. Dividir el trabajo de la organización de la feria y de manera razonable para que no se establece el trabajo de todos, sino también factible.
3. La obligación de dar cuenta de un cierto aumento, tanto a nivel interno (cuando no se hace algo no está claro quién fue el responsable) y externa (la mejor organización de gestión para servir mejor a la comunidad).
4. Asegúrese de que las tareas necesarias se asignan al personal necesario y crean un plazo para la terminación. Las facturas se pagan a tiempo, los empleados están donde deben estar para proporcionar servicios a la organización, la financiación

de las propuestas es escritos y enviados, los problemas se abordan y por lo tanto la organización está trabajando.

5. Ayuda a la organización para definir. Para desarrollar un plan coherente con su misión y la filosofía, la organización puede saber con claridad lo que piensa y comunica este conocimiento a su personal, su público objetivo y la comunidad.

### **¿Cómo desarrollar un plan de gestión?**

La filosofía define a la gestión de la organización como es y cómo quiere que la organización de la función.

### **¿Lo que funciona mejor e identificar el mejor personaje de la organización?**

Si su organización es pequeña, una o dos personas pueden simplemente no ser relevantes. Sin embargo, si es mayor, ¿lo que usted quiere y necesita? ¿Es importante que la organización es realmente eficaz y que las decisiones se pueden tomar en un instante? ¿Es importante que la organización está abierta y el personal y los demás participantes se sientan valorados? Usted debe pensar en qué tipo de modelo responde a lo que quiere y no lo que no quiere.

Los modelos de gestión comunes son:

Jerarquía tradicional de la línea de autoridad es, director o presidente de los directores suplentes verticales. Al igual que en los militares, hay una "cadena de mando", la cual todo el mundo sabe exactamente dónde están, en la cárcel, que reciben órdenes y les puede proporcionar. En general, la gente puede ser libre y en un área pequeña de la actividad sin instrucción o expresión de consentimiento superior.

Jerarquía democrática: la autoridad final seguirá siendo en la parte superior, pero los gerentes y administradores en todos los niveles son personas interesadas antes de tomar

decisiones, beneficiarse muchas empresas y organizaciones que operan de esta manera, la toma de decisiones en los que hacen el trabajo y ver los resultados. Este modelo asegura la gente la facultad de supervisar su propio trabajo y mejora la motivación.

Gestión de colaboración: a todo el grupo, que por lo general incluye todo el personal y los participantes también pueden incluir, participa en la mayoría de las decisiones importantes y afectan directamente. Al mismo tiempo, todo el mundo tiene la autoridad suficiente para cumplir con su propia responsabilidad y hacer su trabajo con eficacia. El modelo de colaboración permite que cada uno tiene un sentido de pertenencia a la organización (alimentos cooperativa u otra cooperativa, a menudo funciona de esa manera, todo el mundo tiene algo que decir en las decisiones importantes. (La Caja de Herramientas Comunitarias, s.f.)

### **Establecer políticas y procedimientos para cada área de gestión.**

Las políticas son las reglas oficiales, las estructuras y los principios filosóficos que orientan la organización. Los procedimientos son el camino real para llevar acabo las políticas y el trabajo de la organización; la igualdad de oportunidades de empleo en el contrato, en particular con respecto a las personas pertenecientes a grupos minoritarios, puede ser una política de la organización. Da cuenta de las vacantes en los periódicos urbanos, todos deben estar involucrado en la frase que indica que alienta a los candidatos minoritarios que se ejecutan para la posición y específicamente en busca de candidatos de este tipo, los procedimientos específicos de la política). Si las políticas y procedimientos para cada aspecto de la operación de la organización en concreto limpio y todos tienen acceso,

La mejor manera de asegurar que las políticas y procedimientos en los diversos campos son lógicas y factibles es desarrollar, en colaboración con las personas con problemas específicos para la política y que se hiciera.

Como se ha mencionado varias veces en esta sección, es esencial que todos los miembros de la organización un sentido de propiedad del plan de gestión es razonablemente buena. En este caso, que sólo tiene sentido para incluir a los afectados por las políticas y procedimientos, ya que son los más capacitados para entender lo que funciona en estas áreas y lo que (por la misma razón, tiene sentido contratar al director y otros administradores de desarrollar políticas y procedimientos antes.

Una vez más terminado, se debe considerar como políticas y procedimientos que han generado de acuerdo con la filosofía y misión, y reconsiderar uno de los que no lo hacen. Las políticas y procedimientos que salen de la redacción del plan, se finalizarán, a excepción de un elemento: un plan para evaluar y mejorar.

### **¿Cómo evaluar y adaptar un plan de gestión?**

No hay un plan de cualquier tipo es completa sin un mecanismo para evaluar y mejorar. Esto es especialmente cierto en relación con un plan de gestión, que es la piedra angular del éxito o fracaso de una organización. Si un plan de gestión funciona bien en la práctica, es probable que el personal está razonablemente satisfecho y que el trabajo de la organización está bien hecho. Si el plan no funciona, entonces usted necesita saber las razones y la gestión se debe cambiar en consecuencia.

### **¿Cuáles son las ventajas de la optimización de los procesos de negocio?**

Durante la ejecución de un proceso, personas, tecnología, material, tiempo, infraestructura física, entre otros están involucrados. El uso o mal uso de estos recursos

determina la satisfacción del cliente final y por lo tanto la rentabilidad de la empresa.

Hoy en día, muchas empresas están involucradas en proyectos de mejora o la optimización de procesos y automatización de estos con el fin de lograr el nivel óptimo de eficiencia y menor costo posible, que permiten ser competitivo, rentable y diferenciarse de sus competidores a través de la calidad sus procesos y el servicio al cliente.

Por lo tanto, durante la ejecución de un proceso, personas, tecnología, material, tiempo, infraestructura física, entre otros están involucrados. El uso o mal uso de estos recursos determina la satisfacción del cliente final y por lo tanto la rentabilidad de la empresa.

Mejorar los procesos de negocio, que se pueden conectar a uno o más de los siguientes:

- Eliminar la duplicación proceso y la reducción de los procesos críticos al reducir o eliminar errores, fallo del producto y servicio. Y las actividades de inutilidad.
- Reducir el tiempo de procesamiento mediante la optimización de la entrega de un producto o servicio al cliente.
- Eficacia documentada y procesos de la organización.
- Mejorar la calidad del servicio para mejorar la satisfacción del cliente.
- Mejorar la productividad y la eficacia de los empleados en sus actividades diarias.
- Generar valor para el cliente para crear experiencias únicas.
- Optimizar los costes incurridos en la realización de los procesos y mejorar la rentabilidad.

- El logro de estas mejoras no requiere la única intención clara, pero también utilizan herramientas metodológicas que permitan el trabajo ordenado, estandarizados y controlados mejoras realizadas. (Alva Menéndez, 2016)

### **1.8.2. Gestión por Procesos**

También llamado BPM (Business Process por sus siglas en Inglés) es una metodología y un enfoque disciplinado para la gestión, cuyo objetivo es mejorar el rendimiento (eficiencia y eficacia) y la optimización de los procesos de negocio de una organización, el proceso de gestión para identificar, diseñado, modelado, organizado, documentado, medida, controlado y modificado continuamente con el fin de obtener resultados consistentes, segmentado y alineada con los objetivos estratégicos de la organización. Por lo tanto, se puede describir como un proceso de optimización de procesos.

Además, las metas de optimización de procesos para ayudar a la compañía a rediseñar sus procesos de negocio para reducir costos y mejorar la eficiencia, lograr el mayor beneficio con las herramientas adecuadas de mejora cuyo uso es esencial para obtener resultados eficaces. Un proceso defectuoso genera sobrecostos y un proceso de "base" reduce la competitividad y la rentabilidad en plazo afecta.

gestión del servicio. Las estrategias para apoyar largos tiempos de espera de los clientes son una de las causas más comunes de insatisfacción de los clientes en todo tipo de servicios.

La vida y la fuerte competencia de ritmo rápido de servicios rápidos que los clientes demandan más y reduciendo el tiempo de espera en las diferentes etapas del proceso de prestación de servicios.

Presento dos estrategias para gestionar el servicio, la reducción de la causa de insatisfacción.

Estrategia 1: Transformar el tiempo "fuera de control" en el momento gestionado por el cliente.

Se logra esta estrategia, por ejemplo, cuando una tarea se le asigna al cliente por un tiempo fuera de control, una tarea que él percibe como valioso para recibir el servicio.

(Garimella, Lees, & Williams)

### **1.8.3. Reducción de costos**

Para hacer crecer su negocio saludable, es esencial para mantener un manejo responsable de sus recursos. Puesto que el dinero es complicada economía, especialmente al principio para mantener su dinero en equilibrio, es necesario reducir los costos siempre que sea posible. Además, debe administrar correctamente todos los gastos fijos y variables.

Los costos son importantes para saber por fin cómo sacar provecho o la rentabilidad de la empresa. El gobierno corporativo también tiene como objetivo reducir los costos, ya que el objetivo principal de cualquier negocio es maximizar el beneficio, y la mejor manera de lograr esto es tener un gran volumen de ventas.

Las empresas que son rentables pueden beneficiarse de las estrategias de reducción de costos para crear un beneficio aún más en sus productos o servicios. Así que hay varias opciones para reducir los costos del comercio sin sacrificar la calidad del servicio.

Para reducir los costos para tener éxito siempre debe asegurarse de que sean sostenibles y compatibles con la cultura de su empresa, ya que es esencial para comunicar con

claridad sus objetivos a sus empleados y asegurar su compromiso con los cambios en el comportamiento o mental estarán obligados a realizar su visión.

El ahorro de costes, lo que resulta en una mayor flexibilidad para aprovechar las oportunidades de mercado. Por lo tanto, es esencial invertir y tomar la iniciativa. Sin embargo, hay que reconocer que la reducción de costes sigue siendo un reto importante.

Cuando se trata de reducir los costos, debemos tener en cuenta tres cuestiones:

- Los cortes inmediatamente
- proceso de reducción controlada
- Los cambios necesarios en la cultura de la empresa.

Todo el mundo debe ser analizado y priorizado con el fin de identificar aquellos gastos innecesarios (Movistar Destino Negocio, s.f.).

### **¿Qué es un plan de reducción de costes?**

plan de reducción de costes es un programa cuya ejecución es mejorar los ingresos o flujos de efectivo, que trata de compensar un descenso a corto plazo en los resultados operativos, son más propensos a ser dirigida a los costos discretos, que son los que son. el rendimiento a largo plazo de la empresa.

Al examinar la mejor manera de reducir el costo total de riesgo y la mejor manera de responder a todo portal del cliente Paradigma Servicios de Seguros recomienda lo siguiente:

- Identificar los riesgos
- La medición del riesgo
- Revisión
- Estrategias proactivas

- Paquete de presentación

Estos pasos son importantes porque buscan más agresivamente nuevos suscriptores de negocios que entienden mejor y que puedan obtener el mayor nivel de confort.

Un plan especial de reducción de costes se centra en las acciones de adaptación y mejorar la posición de la compañía. planes de reducción de costos pueden ser a largo plazo e involucrar a la mejora sustancial ahorro de costes y sin costes de inversión.

Reducir costes y aumentar la productividad, y así el objetivo.

Si los desacelera la economía o no, la administración sigue en busca de una solución de productividad de costos que la infraestructura está haciendo daño a su rentabilidad, su experiencia se pone a prueba constantemente.

La reducción de costes no significa sólo a reducir los gastos de una manera desordenada, ya que es necesario entender la naturaleza de cada costo y cómo las ventas y las ganancias de su empresa están conectados. (Emprendedores y negocios, 2018)

## 1.9. Definición de términos básicos

**Costo:** esto es lo que se relaciona con la producción o suministro de bienes o servicios, respectivamente. Conocer el costo de un producto o servicio ayuda a determinar el precio de venta del producto o servicio que el precio debería ser mayor que el costo total. (Definicion.de, s.f.)

**Proceso:** es el conjunto de actividades que están relacionadas entre sí, que contiene una sola entrada o temprano, que generan una salida (resultado), muchas de las entradas son generadas por los proveedores nacionales, y con frecuencia estarán destinados nuestros resultados para los clientes internos. (Concepto.de, s.f.)

**Presupuesto:** Es un documento que define los gastos y los beneficios de una agencia, empresa o entidad privada, el mismo estado o privada, durante un período de tiempo.

**Proporcionar:** es el proceso general de producción de bienes, obras y servicios incluye todas las funciones, la caracterización de las necesidades y el abastecimiento, planificación, proceso de selección, disposición y contratos de distribución y todas las medidas de gestión del contrato de adhesión correctamente hasta la coronación de esta situación y al final la vida de un pozo.

**La contratación:** forma en que una persona o empresa que utiliza los servicios de otro miembro o un tema, un cambio en la compensación monetaria y se formalizarán en un tratado que identifica el cuidado y derechos de cada parte. La negociación es un proceso común en nuestra sociedad de la que una parte en una decisión de acuerdo adición de amortización del capital a otra a cambio de tomar una disposición especial que se haga.

**Servicio:** Servicio en el área financiera es el trabajo de una necesidad específica de compensar a los clientes por una empresa con el progreso de la acción económica. En cierto sentido, podemos reconocer que los servicios en los activos intangibles se ofrecen las empresas, ya que tienen no se hace ninguna forma tangible y un cambio de un pago económico.

**Mejora continua:** Es el proceso de gestión responsable de la adecuación de las actividades emprendidas por la organización para garantizar una mayor eficiencia y / o efectividad, aumentando así la productividad.

**Proceso:** Un proceso se define como un conjunto de actividades interrelacionadas, en base a una o más entradas (inputs), transformaciones y genera una señal de salida

(resultado). Las actividades de una organización pueden ser considerados miembros de un proceso en particular. Así que cuando el cliente entró en una tienda para hacer una compra al momento de solicitar una línea telefónica, un certificado de registro o un certificado de inscripción en el registro, que son procesos, permitiendo a los resultados que deben revisarse para satisfacer la demanda.

Todos los procesos, en especial su complejidad, pueden satisfacer la definición anterior. Sin embargo, el más complejo por lo general más entradas en las diversas etapas del ciclo de procesamiento y puede generar más de un resultado.

**Mejorar la calidad:** el desarrollo de un producto debe generar valor. La entrega de un producto hecho a clientes así ayudar a satisfacer, por lo que compra el producto, recomendar y ser fieles a la marca. Por otro lado, si la calidad es defectuosa, el cliente probablemente no va a comprar y la recomendación será malo.

**Capacitar al personal:** Esto no se aplica sólo al personal técnico, sino también profesionales. Tener una persona en posiciones estratégicas, pero no lo bastante seguro de gastar su tiempo y dinero. Lo mismo ocurre con el personal que está en contacto con el cliente, son la "cara" de su marca y que confían en su personal para proporcionar servicios de acuerdo con sus objetivos.

## II. MÉTODO

### 2.1 Tipo y diseño de la Investigación

#### **Tipo de investigación**

El Tipo de investigación que utilizaremos en nuestra tesis será aplicada. Ya que nuestra solución de un plan de gestión permitirá optimizar la adquisición de pasajes a la jefatura Servicios de la empresa Petroperú S.A. Sede Lima

Ya que según (Hernández y Col, 2006), plantean respecto a este estudio que puede identificarse como “aquel tipo de investigación que tiene fines prácticos en el sentido de solucionar problemas detectados en un área del conocimiento. Está ligada a la aparición de necesidades o problemas concretos y al deseo del investigador de ofrecer solución a estos”.

#### **Diseño de investigación:**

El diseño de nuestra investigación es de diseño cuasi experimental, ya que según los autores Pedhazur, E.J. y Schmelkin, L.P. (1991), definen:

Es una investigación que posee todos los elementos de un experimento, excepto que los sujetos no se asignan aleatoriamente a los grupos. En ausencia de aleatorización, el investigador se enfrenta con la tarea de identificar y separar los efectos de los tratamientos del resto de factores que afectan a la variable dependiente.

### Nivel de la investigación

El nivel de nuestra investigación será descriptivo. ya que según Sampieri (1998, Pág. 60), los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno.

### Enfoque de la investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo, ya que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías según Sampieri 2016.

## 2.2 Población y muestra

### Población

La presente investigación tiene una población total de 83 trabajadores.

**Muestra.** La muestra estará representada 45 trabajadores del área de servicios. la muestra es no probabilística intencional, porque se eligen a los participantes los cuales son más representativos posibles, Hernández (2010, p. 176) Margen: 10%

Nivel de confianza: 95%

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

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

$$n = 45$$

Muestreo. Aleatorio simple

## 2.3 Técnicas para la recolección de datos

Para el levantamiento de la información se aplicará la técnica de la encuesta, y se utilizará como instrumento un cuestionario de preguntas de manera escalonada.

## 2.4 Validez y Confiabilidad de Instrumentos

### Validez del instrumento

La validez y el nivel de confiabilidad ha sido realizada a través de juicio de expertos, permitiendo la confinación para la aplicación del cuestionario de preguntas realizado.

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

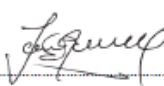
**Título del Proyecto:** DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTIÓN PARA OPTIMIZAR LA ADQUISICIÓN DE PASAJES EN LA EMPRESA PETROPERÚ- JEFATURA SERVICIOS SEDE LIMA

**Nombre del estudiante:** ALEMAN SAAVEDRA DE VELASQUEZ ROSA NELLY

**Experto:** LUIS ENRIQUE ACOSTA MEDINA

**Instrucciones:** Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa(X) en el casillero correspondiente.

N°	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades		X			
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		X			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio.	X				
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones		X			
5	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque se aplicó el test-retest (piloto)	X				
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas		X			
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular	X				
8	Marco de Referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	X				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.		X			
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado		X			

Firma del experto: 

Fecha: 09/11/2019 DNI : 42810213

### **Criterio de confiabilidad de instrumento**

La confiabilidad de la Encuesta, será medida usando el coeficiente Alpha de Cronbach teniendo como resultado el valor de 0.75 el cual hace referencia a ser Aceptable para el planteamiento de nuestra investigación.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde

k = es el número de ítems

$(\sigma_i)^2$  = varianza de cada ítem

$(\sigma_x)^2$  = varianza del cuestionario total

Según lo mencionado por (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, pág. 217) se dice que un instrumento es fiable cuando las mediciones no varían significativamente ni en tiempo ni en aplicación a diferentes personas. La confiabilidad es la prueba que genera confianza cuando, al aplicarse en condiciones iguales o similares los resultados son siempre los mismos.

Se sugieren los siguientes criterios para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 es excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 es bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 es pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 es inaceptable

## 2.5 Procesamiento y análisis de los datos

Los datos fueron obtenidos a través de una encuesta la cual se aplicó a los usuarios del área, permitiendo que cada uno de ellos pueda brindar la información según su percepción de acuerdo a las preguntas realizadas con criterio a la investigación.

Los resultados obtenidos fueron procesados y tabulados en un documento de Excel, posterior a ello se para realizar un exhaustivo análisis se procederá a utilizar la herramienta de software SPSS. Y en dicho análisis se vio como el desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

Para analizar la influencia de ambas variables procedimos a utilizar la prueba estadística Pre test y Post test de Wilcoxon. También se tomó en consideración para la prueba estadística un 0.522\* ( $p=0.000$ ) como significativo, correspondiente a un nivel de confiabilidad del 95%.

## 2.6 Aspectos Éticos

Para el desarrollo de esta investigación, se ha tomado en cuenta los siguientes aspectos éticos.

- Confidencialidad de la información para el uso de la misma.
- Cumplimiento de las políticas de seguridad de la información.
- Cumplimientos de lineamientos de procesos internos.
- Transparencia en el uso de los diferentes recursos de la empresa.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Resultados Descriptivos

Tabla 4: ¿Ud. Cree que el del procedimiento actual reduce los costos en la adquisición de pasajes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	14	31,1	31,1	31,1
Casi Nunca	17	37,8	37,8	68,9
A veces	14	31,1	31,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

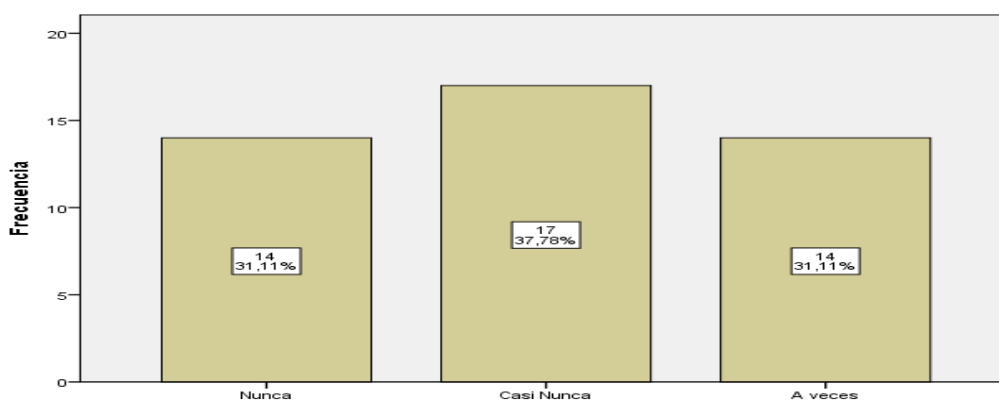


Figura 4: ¿Ud. Cree que el del procedimiento actual reduce los costos en la adquisición de pasajes?

#### Interpretación:

Los datos estadísticos presentados muestran que un 37.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción casi nunca el procedimiento actual reduce los costos en la adquisición de pasajes, seguido de un 31.11% iguales a veces y nunca. Lo que deja ver que existen costos elevados en la adquisición de pasajes.

Tabla 5: ¿Ud. Cree que el cumplimiento del procedimiento ha reducido los costos en la adquisición de pasajes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	18	40,0	40,0	40,0
Casi Siempre	26	57,8	57,8	97,8
Siempre	1	2,2	2,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

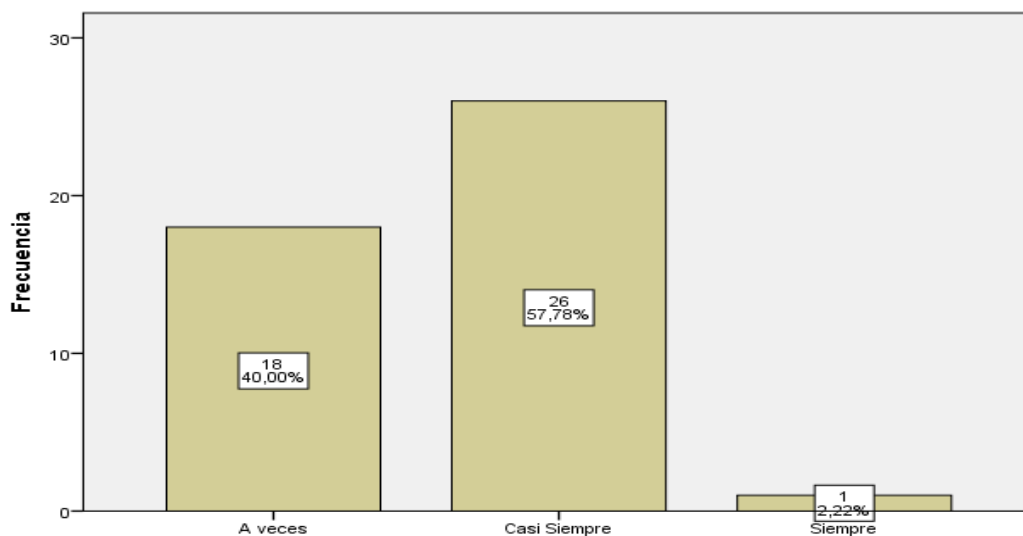


Figura 5: ¿Ud. Cree que el cumplimiento del procedimiento ha reducido los costos en la adquisición de pasajes?

### Interpretación:

Los datos estadísticos presentados muestran que un 57.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción que casi Siempre el procedimiento actual con plan de gestión reduce los costos en la adquisición de pasajes, seguido de un 40% a veces y 2.22 siempre. Lo que deja ver que hay una reducción costos significativa en la adquisición de pasajes.

Tabla 6: ¿Ud. Cree que el procedimiento actual reduce la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	24,4	24,4	24,4
	Casi Nunca	15	33,3	33,3	57,8
	A veces	19	42,2	42,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

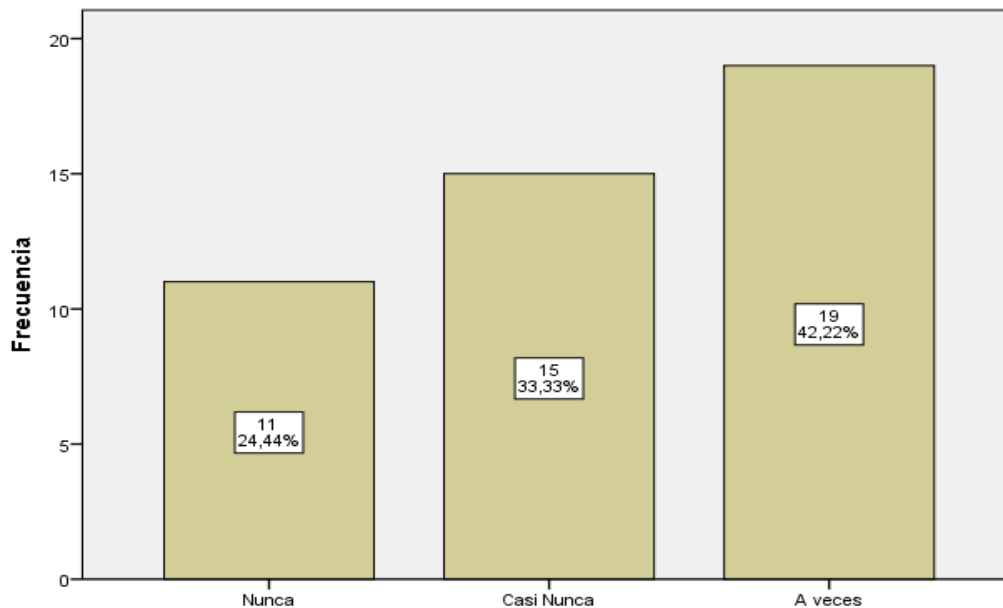


Figura 6: ¿Ud. Cree que el procedimiento actual reduce la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 42.22 % de los usuarios encuestados indican según su percepción casi nunca reduce la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes seguido de 33.33% casi nunca y de 24.44 % nunca. Lo que demuestra que los pasajes adquiridos devueltos o anulados son altos.

Tabla 7: ¿Ud. Cree que el procedimiento ha reducido la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	18	40,0	40,0	40,0
	Casi Siempre	26	57,8	57,8	97,8
	Siempre	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

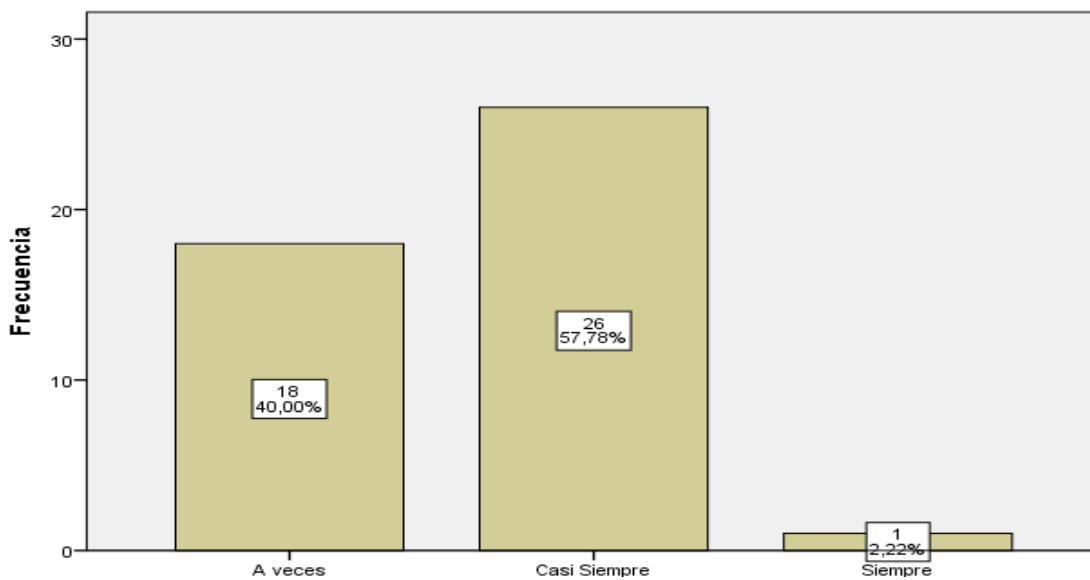


Figura 7: ¿Ud. Cree que el procedimiento ha reducido la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?

### Interpretación:

Los datos estadísticos presentados muestran que un 57.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción que casi Siempre el procedimiento actual con plan de gestión reduce los costos en la adquisición de pasajes, seguido de un 40% a veces y 2.22 siempre. Lo que deja ver que hay una reducción costos significativa en la adquisición de pasajes.

Tabla 8: ¿Considera que un plan no mejora los presupuestos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	33,3	33,3	33,3
	Casi Nunca	13	28,9	28,9	62,2
	A veces	17	37,8	37,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

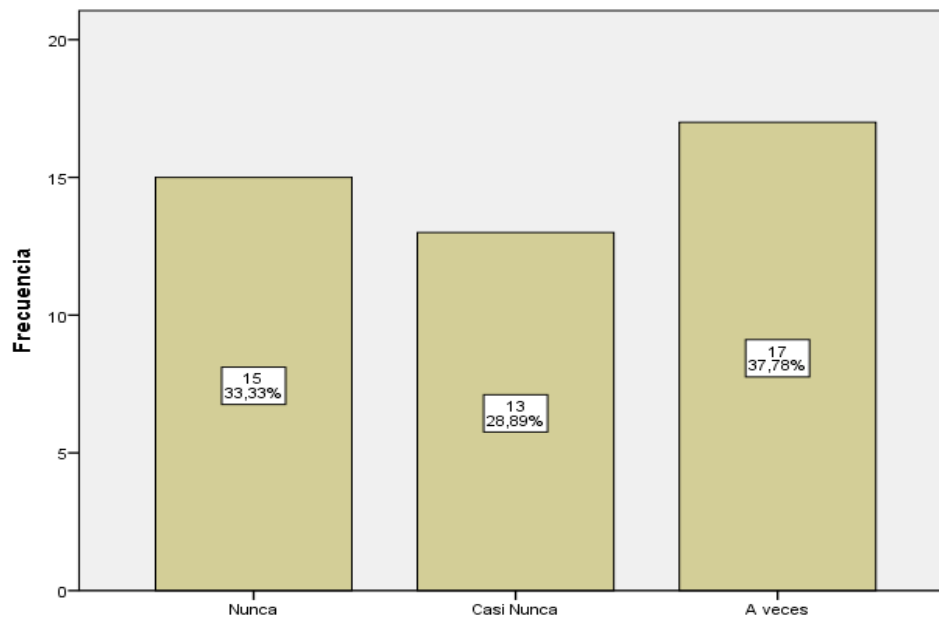


Figura 8: ¿Considera que un plan no mejora los presupuestos?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 37.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción a veces un plan no mejora los presupuestos seguido de 33.33% nunca y un 28.89% casi nunca. Lo que demuestra que los costos son elevados en la adquisición de pasajes.

Tabla 9: ¿Considera que este plan implementado permitirá mejorar los presupuestos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	15	33,3	33,3	33,3
	Casi Siempre	27	60,0	60,0	93,3
	Siempre	3	6,7	6,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

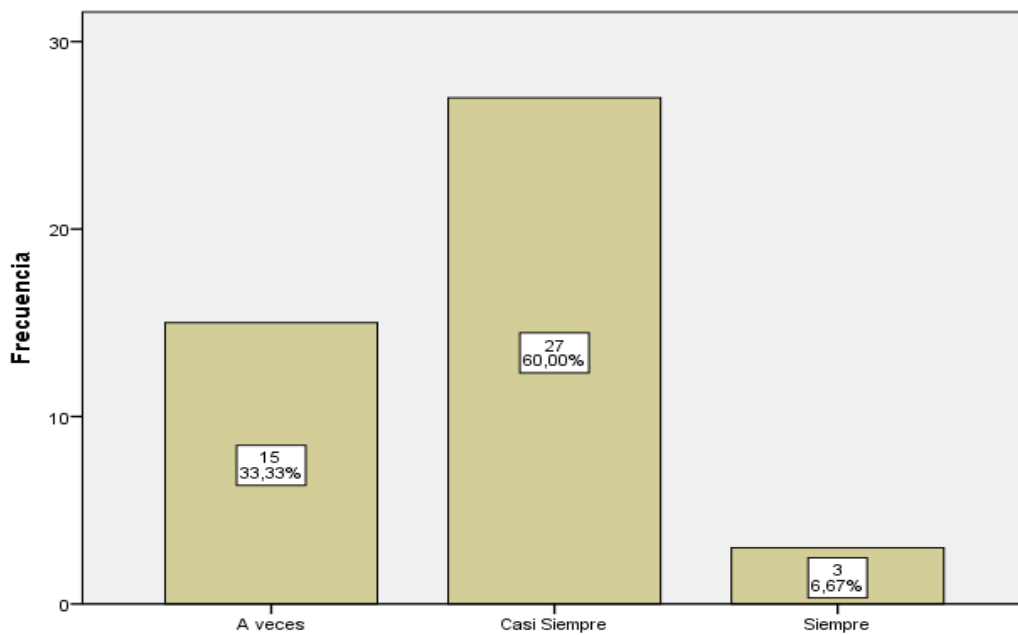


Figura 9: ¿Considera que este plan implementado permitirá mejorar los presupuestos?

### Interpretación:

Los datos estadísticos presentados muestran que un 60.00% de los usuarios encuestados indican según su percepción que casi siempre el plan implementado, seguido de un 33.33% a veces y 2.22 siempre. Lo que deja ver que hay una reducción costos significativa en la adquisición de pasajes.

Tabla 10: ¿Consideras que la atención de solicitudes es óptima?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	22,2	22,2	22,2
	Casi Nunca	18	40,0	40,0	62,2
	A veces	17	37,8	37,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

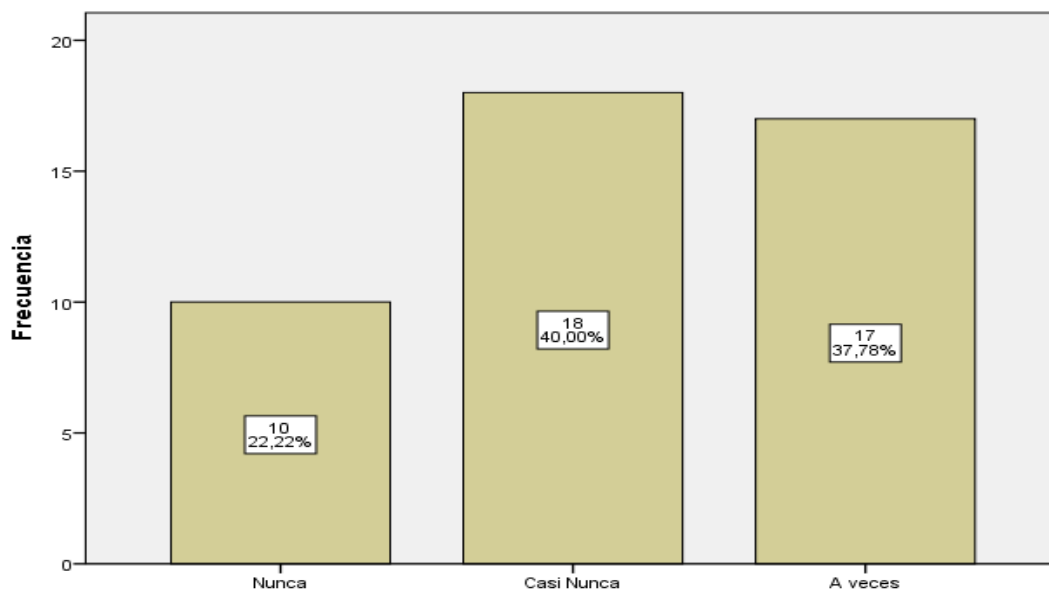


Figura 10: ¿Consideras que la atención de solicitudes es óptima?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 40.00% de los usuarios encuestados indican según su percepción casi nunca considera que la atención de solicitudes es óptima seguido de 37.78% a veces y un 22.22% nunca. Lo que demuestra que las solicitudes presentadas si es un problema para la adquisición de pasajes.

Tabla 11: ¿Consideras que este plan está mejorando la atención de solicitudes para adquisición pasajes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	18	40,0	40,0	40,0
Casi Siempre	26	57,8	57,8	97,8
Siempre	1	2,2	2,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

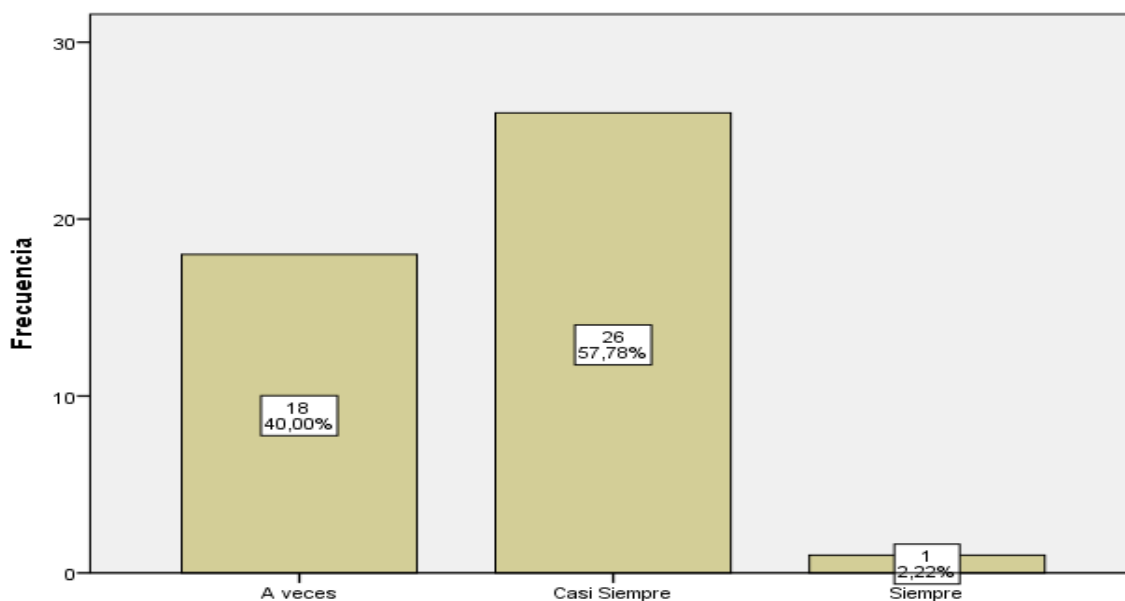


Figura 11: ¿Consideras que este plan está mejorando la atención de solicitudes para adquisición pasajes?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 57.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción que casi siempre el plan está mejorando la atención de solicitudes, seguido de un 40.00% a veces y 2.22 siempre. Lo que deja ver que hay una mejora significativa en la atención de solicitudes para adquisición de pasajes.

Tabla 12: ¿Consideras que la atención es oportuna y eficaz?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido    Nunca	11	24,4	24,4	24,4
Casi Nunca	19	42,2	42,2	66,7
A veces	15	33,3	33,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

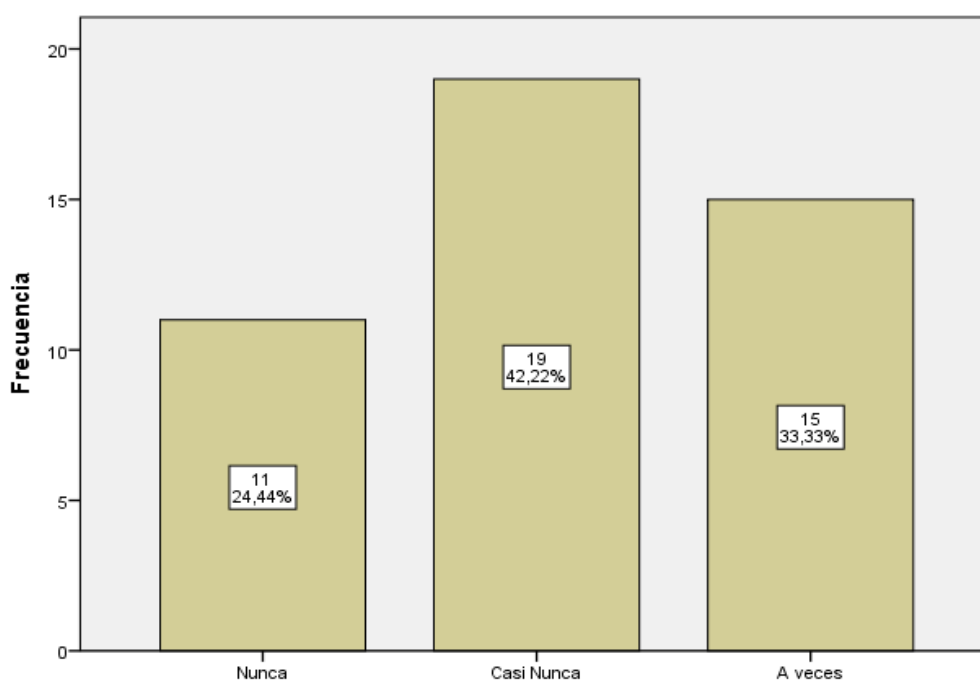


Figura 12: ¿Consideras que la atención es oportuna y eficaz?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 42.22% de los usuarios encuestados indican según su percepción casi nunca considera que la atención es oportuna y eficaz seguido de 33.33% a veces y un 24.44% nunca. Lo que demuestra que las solicitudes si es un problema para la adquisición de pasajes.

Tabla 13: ¿Consideras que este plan te permite una atención oportuna y eficaz?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	18	40,0	40,0	40,0
	Casi Siempre	26	57,8	57,8	97,8
	Siempre	1	2,2	2,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

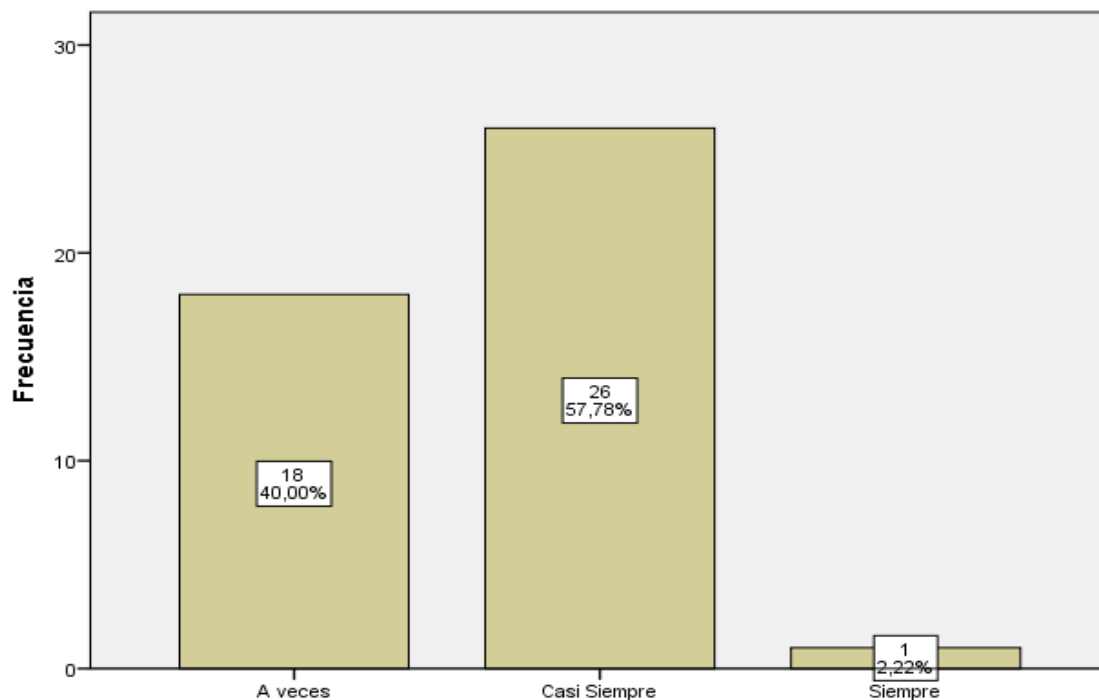


Figura 13: ¿Consideras que este plan te permite una atención oportuna y eficaz?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 57.78% de los usuarios encuestados indican según su percepción que casi siempre el plan está mejorando la atención de solicitudes, seguido de un 40.00% a veces y 2.22 siempre. Lo que deja ver que hay una mejora significativa en la atención de solicitudes para adquisición de pasajes.

Tabla 14: ¿Considera que la atención solicitada le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	26,7	26,7	26,7
	Casi Nunca	18	40,0	40,0	66,7
	A veces	15	33,3	33,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

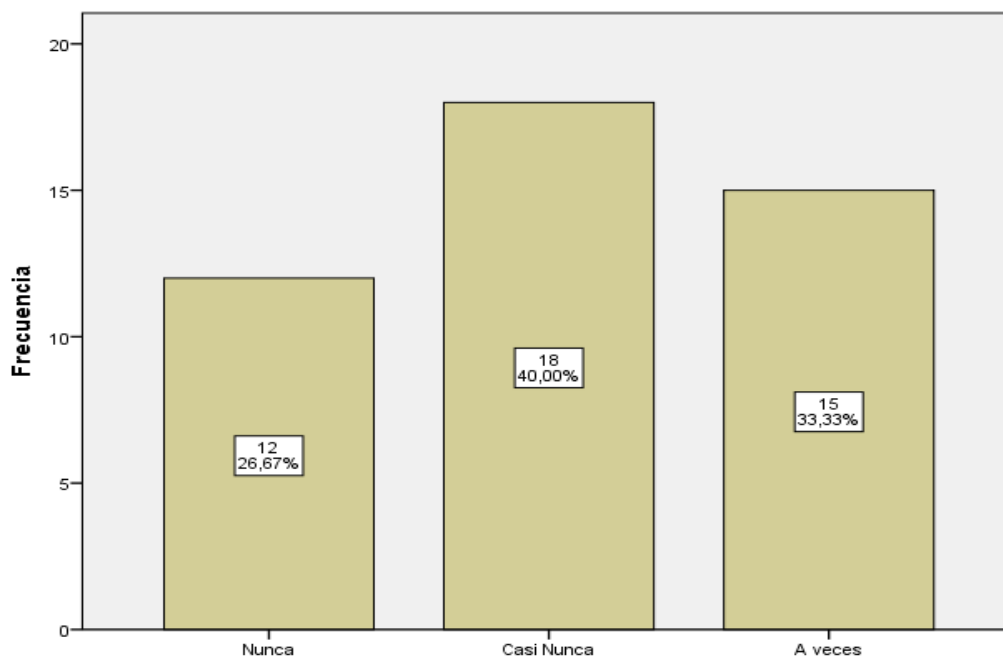


Figura 14: ¿Considera que la atención solicitada le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 40.00% de los usuarios encuestados indican según su percepción casi nunca la atención solicitada le permitió utilizar la línea aérea de su preferencia seguido de 33.33% a veces y un 26.67% nunca. Lo que demuestra una insatisfacción de los usuarios.

Tabla 15: ¿Considera que el cumplimiento del procedimiento en el tiempo solicitado le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	15	33,3	33,3	33,3
	Casi Siempre	26	57,8	57,8	91,1
	Siempre	4	8,9	8,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

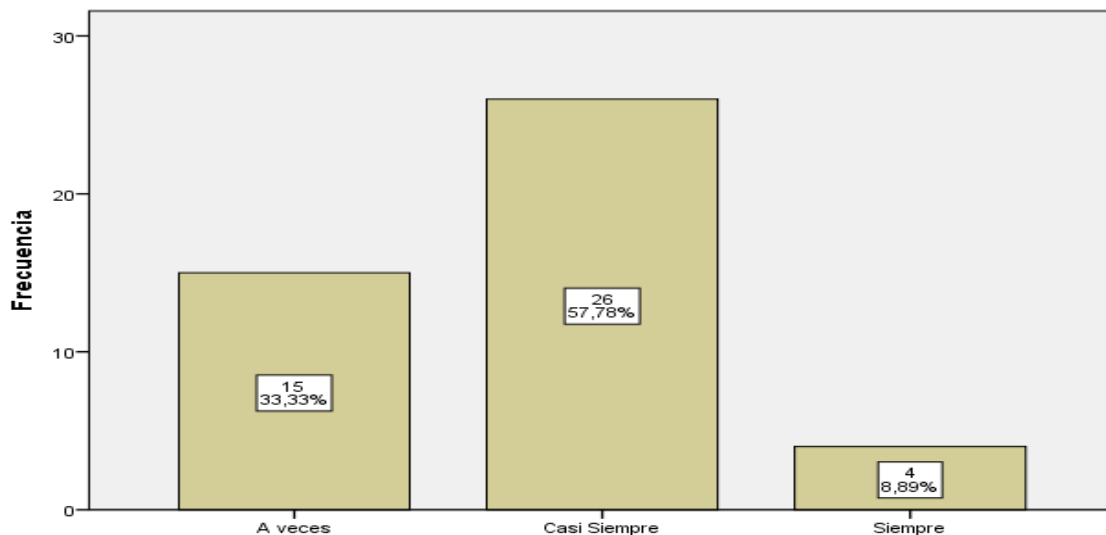


Figura 15: ¿Considera que el cumplimiento del procedimiento en el tiempo solicitado le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?

### Interpretación

Los datos estadísticos presentados muestran que un 57.78% de los usuarios encuestados consideran según su percepción que casi siempre el cumplimiento del procedimiento en el tiempo permite utilizar línea aérea de su preferencia, seguido de un 33.33% a veces y 8.89 % siempre. Lo que deja ver que hay un incremento significativo de satisfacción en la adquisición de pasajes.

### 3.2 Prueba de Normalidad

No requiere prueba de normalidad debido a que se ha utilizado para el test la prueba de rangos **Wilcoxon**

### 3.3 Contratación de Hipótesis

#### Hipótesis General

**H0:** El desarrollo de un plan de gestión no optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

**H1:** El desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en estudio sobre El desarrollo de un plan de gestión y la optimización en la adquisición de pasajes.

*Tabla 16: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en la adquisición de pasajes*

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Optim_compra_p_POS	Rangos negativos	0 <sup>a</sup>	,00	,00
T -				
Optim_compra_p_PRE	Rangos positivos	43 <sup>b</sup>	22,00	946,00
	Empates	2 <sup>c</sup>		
	Total	45		

#### \*Fijando el nivel de Significancia $\alpha$ , $\alpha=0.05$

Con la ayuda también del software estadístico SPSS los cálculos a realizarse y que fueron indicados anteriormente, lo ubicamos en la tabla de la siguiente forma:

Tabla 17: Valores del Software Estadístico SPSS en la adquisición de pasajes

<b>Estadístico de Prueba</b>	<b>Prueba Bilateral</b>	<b>Prueba Unilateral</b>
Valor Calculado, $Z$	<b>Valor de significancia</b> $Pb$	<b>Valor de significancia</b> $P = \frac{Pb}{2}$
5,722 <sup>b</sup>	0,000	0,000

**Decision**

Como  $p = 0.000 < \alpha = 0.05$ , se rechaza  $H_0$ , es decir que hay evidencias estadísticas para afirmar que, El desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

**Hipótesis Específicas**

**H0:** El desarrollo de un plan de gestión no aumenta el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

**H1:** El desarrollo de un plan de gestión aumenta el nivel de satisfacción de los usuarios atendidos para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en estudio sobre El desarrollo de un plan de gestión y el aumento del nivel de satisfacción de usuarios

Tabla 18: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados de satisfacción de usuarios

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Nivel_satisfacción_PO	Rangos negativos	0 <sup>a</sup>	,00	,00
ST -				
Nivel_satisfacción_PR	Rangos positivos	41 <sup>b</sup>	21,00	861,00
E	Empates	4 <sup>c</sup>		
	Total	45		

**\*Fijando el nivel de Significancia  $\alpha$ ,  $\alpha=0.05$**

Con la ayuda también del software estadístico SPSS los cálculos a realizarse y que fueron indicados anteriormente, lo ubicamos en la tabla de la siguiente forma:

Tabla 19: Valores Software Estadístico SPSS en la satisfacción del cliente

<b>Estadístico de Prueba</b>	<b>Prueba Bilateral</b>	<b>Prueba Unilateral</b>
Valor Calculado, <b>Z</b>	<b>Valor de significancia</b>	<b>Valor de significancia</b>
	$Pb$	$P = \frac{Pb}{2}$
5,603 <sup>b</sup>	0,000	0,000

**Decision**

Como  $p = 0.000 < \alpha=0.05$ , se rechaza  $H_0$ , es decir que hay evidencias estadísticas para afirmar que, El desarrollo de un plan de gestión aumenta el nivel de satisfacción de los usuarios en la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

**H0:** El desarrollo de un plan de gestión no reduce significativamente los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

**H1:** El desarrollo de un plan de gestión reduce significativamente los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima.

Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en estudio sobre El desarrollo de un plan de gestión y reducción de costos en la adquisición de pasajes.

Tabla 20: Rangos y suma de rango de la suma de puntajes de los encuestados en la reducción de costos en la adquisición de pasajes

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Costos_Post - Rangos negativos		0 <sup>a</sup>	,00	,00
Costos_PRE Rangos positivos		39 <sup>b</sup>	20,00	780,00
Empates		6 <sup>c</sup>		
Total		45		

**\*Fijando el nivel de Significancia  $\alpha$ ,  $\alpha=0.05$**

Con la ayuda también del software estadístico SPSS los cálculos a realizarse y que fueron indicados anteriormente, lo ubicamos en la tabla de la siguiente forma:

Tabla 21: Valores Software Estadístico SPSS en la reducción de costos en la adquisición de pasajes

<b>Estadístico de Prueba</b>	<b>Prueba Bilateral</b>	<b>Prueba Unilateral</b>
Valor Calculado, <b>Z</b>	<b>Valor de significancia</b> $Pb$	<b>Valor de significancia</b> $P = \frac{Pb}{2}$
5,467 <sup>b</sup>	0,000	0,000

**Decision**

Como  $p = 0.000 < \alpha = 0.05$ , se rechaza  $H_0$ , es decir que hay evidencias estadísticas para afirmar que, El desarrollo de un plan de gestión reduce los costos en la adquisición de pasajes en la Jefatura Servicios de la empresa PETROPERU Sede lima.

#### IV. DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como propósito identificar y describir aquellas experiencias que se han obtenido en el transcurso de compras de pasajes de avión a través de una programación lineal. Sobre todo, se pretendió examinar cuáles son aquellos eventos que más se presentaron en el grupo estudiado. Además, se identificaron aquellos factores asociados a la confortabilidad de los usuarios dentro de la empresa.

De los resultados obtenidos en esta investigación, se puede deducir que la exposición a eventos en algún momento de la compra inoportuna de pasajes de avión parece ser bastante común en la muestra estudiada.

El instructivo indica elaborar la solicitud de pasaje en el Formato PETROPERÚ N° 04643, a nombre del trabajador autorizado, indicando el motivo o razón del viaje y el Centro Gestor y Posición Presupuestaria, el cual se utiliza, pero no se indica los tiempos. Remitir la solicitud de pasaje aprobada a la Unidad Servicios y Mantenimiento No Industrial de Oficina principal o la dependencia equivalente en las Operaciones o Sedes Comerciales con anticipación mínima **de siete (7) días** útiles para su gestión.

En los viajes por asuntos de trabajo, evacuación médica capacitaciones u otros autorizados por la Empresa, el trabajador o miembro del Directorio hace uso de pasaje aéreo por ruta directa disponible en tarifa económica, igual criterio se aplicará a los viajes vía marítima o fluvial; y, la de mejor confort cuando se trate de transporte terrestre. Para el caso de transferencias y asignaciones, se considera una tarifa que incluya el traslado de equipaje personal, equipos y materiales de la Empresa. PETROPERÚ S.A. compra los pasajes a través de la Unidad / Servicios y Mantenimiento No Industrial, Jefatura Servicios Corporativos No Industriales, en

Oficina Principal o en las Operaciones o Sedes Comerciales. Si por motivo de fuerza mayor el trabajador es autorizado a adquirir su pasaje, para rendir cuenta deberá adjuntar el Comprobante de Pago a nombre de PETROPERÚ S.A.

PETROPERÚ S.A. asume el pago de la penalidad por pérdida de vuelo, solamente por razones de trabajo atribuibles a la Empresa; y, en forma excepcional, por razones de fuerza mayor sustentada en Informe Técnico por el trabajador, refrendado por el Nivel II- Gerencias Corporativas. Los responsables de la adquisición /modificación/cancelación aéreas en cada operación no podrán gestionar la adquisición de pasajes aéreas con anticipación menor a siete (07) días, que no cuenten con la solicitud de pasaje y el informe de justificación correspondiente aprobados por el Nivel II -Gerencias Corporativas salvo casos excepcionales como evacuaciones médicas (no programadas), emergencias operativas o fenómenos naturales no previsibles.

## V. CONCLUSIONES

- Se desarrolló un plan de gestión y se optimizó la adquisición de pasajes en Jefatura de servicios en la empresa Petroperú sede Lima, así mismo según la contrastación estadística se ha comprobado que el Plan de Gestión ha mejorado un 31% el procedimiento de compras de pasajes aéreos.
- Se aumentó el nivel de satisfacción de los clientes atendidos en la adquisición de pasajes por la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. Sede Lima donde la aplicación de un cronograma como parte del plan de gestión ha aumentado el nivel de satisfacción en 31%, debido a que el personal ahora conoce las horas de vuelo establecidos con meses de anticipación.
- Se redujeron los costos y presupuestos asignados para la adquisición de pasajes a la jefatura Servicios de la empresa PETROPERU S.A. y con la aplicación del plan de gestión se logró reducir los Costos 32%, permitiendo así aumentar las utilidades netas y minimizar el presupuesto para año futuros.

## VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un seguimiento al cronograma establecido y efectuar la capacitación debida al personal encargado en caso el trabajador habitual se encuentre de vacaciones, enfermo y/o jubilado.
- En caso se efectuó vuelos de emergencia realizar la compra del pasaje más cómodo, comunicando previamente al trabajador del incumplimiento de comunicación mencionada en la Gestión del Cambio.
- Se recomienda también realizar un seguimiento al cumplimiento del plan presentado para sí poder tener mejores resultados en el tiempo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Pachas, H. G., & Huamancayo Balarezo, j. A. (2017). Informe de la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad de los clientes de la marca en los vuelos domésticos Latam. Perú.

Alva Menéndez, G. (21 de 5 de 2016). *Diario Gestion*. Obtenido de [www.gestion.pe](http://www.gestion.pe):  
<https://gestion.pe/tendencias/son-ventajas-optimizar-procesos-empresas-121297>

Concepto.de. (s.f.). *Proceso*. Obtenido de <https://concepto.de/proceso/>

De la Cruz Casas, A. R., & Gonzales Mejía, J. P. (s.f.). Optimización de los procesos de negocio de una compañía aérea mediante la aplicación del PDCA. Perú.

Definicion.de. (s.f.). *Costo*. Obtenido de  
<https://definicion.de/costo/#:~:text=El%20costo%20o%20coste%20es,del%20costo%20m%C3%A1s%20el%20beneficio>).

Emprendedores y negocios. (10 de 6 de 2018). *emprendedoresynegocios.com*. Obtenido de  
<https://emprendedoresynegocios.com/reduccion-de-costos/>

Fernández Cabrera, A., & Ramírez Olascoaga, L. Á. (2017). Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A & B. Pimentel, peru.

Garimella, K., Lees, M., & Wiliams, B. (s.f.). Gerencia de Procesos de Negocio.

Hernández y Col. (2006). Metodología de la Investigación.

La Caja de Herramientas Comunitarias. (s.f.). *La Caja de Herramientas Comunitarias es un servicio del Centro para la Salud y Desarrollo Comunitario de la Universidad de Kansas*. Obtenido de  
<https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/plan-de-gestion/principal>

Mechato Olivares, M. (2017). Propuesta de mejora de los procedimientos administrativos en la gestión de viajes y alojamientos de la PUCP, 2017. Lima.

Movistar Destino Negocio. (s.f.). *destinonegocio.com*. Obtenido de <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/pequenas-y-medianas-empresas-conoce-5-modos-de-reducir-costos/>

Robles Rodriguez, D. V. (2018). Mejora de las actuaciones preparatorias en las contrataciones de bienes y servicios nacionales e internacionales en el estado. Lima, Perú.

Rojas Zuta , M. C. (2017). El círculo de Deming – PDCACOMO herramienta para la optimización de los procesos del área de compras y servicios generales de la empresa Topy Top S.A. de San Juan de Lurigancho – 2015. Peru.

Sainz, D. V. (2012). *Plan Estrategico*. Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>

Vásquez Lazo, P. D. (2015). Diseño de un Manual de Contratación y procedimientos para la evaluación y calificación de proveedores Pasamanería S.A. Ecuador.

Vilcachagua. (setiembre de 2017). Desarrollo de un sistema de gestión para la venta de pasajes de la empresa Flor Móvil SAC. Lima.

Vilcachagua Blas , F. (2017). Desarrollo de un sistema de gestión para la venta de pasajes de la empresa Flor Móvil SAC. Peru.

## ANEXOS

## Anexo1. Matriz de Consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN	METODOLOGÍA
PROBLEMAS GENERALES	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN
¿De qué manera el desarrollo de un plan de gestión permitirá optimizar la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima?	Desarrollo de un plan de gestión para optimizar la adquisición de pasajes en la unidad de servicios en la empresa Petroperú S.A sede lima	El desarrollo de un plan de gestión optimiza significativamente la adquisición de pasajes en la empresa PETROPERU S.A sede lima.	VI: Indicadores <input type="checkbox"/> Cantidad de procedimientos establecidos  <input type="checkbox"/> Tiempo de atención de solicitudes de servicio  <input type="checkbox"/> Costos Reducidos  VD: Optimizar la adquisición de pasajes Indicadores • Cantidad de pasajes postergados o anulados • Presupuesto asignado	Aplicativo de diseño no experimental
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	POBLACIÓN Y MUESTRA	
¿En qué medida la cantidad de procedimientos establecidos permitirá optimizar la adquisición de pasajes en la unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima?	Establecer la cantidad de procedimientos necesarios para optimizar la adquisición de pasajes en la unidad de servicios en la empresa Petroperú S.A. sede lima	Si se establece la cantidad de procedimientos necesarios entonces se optimiza la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima	P <input type="checkbox"/> 300 trabajadores M <input type="checkbox"/> La muestra estará representada 15 trabajadores del área de servicios sede lima. Muestreo: Aleatorio Simp	
¿En qué medida el tiempo de atención de solicitudes permitirá optimizar la adquisición de pasajes en la unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima?	Reducir el tiempo de atención de solicitudes para optimizar la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú S.A. sede lima	Reducir el tiempo de atención de solicitudes para optimizar la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima		
¿En qué medida el costo reducido favorece en la adquisición de pasajes en la unidad de servicios en la empresa Petroperú S.A. sede lima?	Reducir los costos de compra para optimizar en la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú S.A. sede lima	Reducir los costos de compra para optimizar en la adquisición de pasajes en unidad de servicios en la empresa Petroperú s.a. sede lima		

## Anexo 2. Instrumento de Recoleccion de Datos

1 NUNCA 2 CASI NUNCA 3 AVECES 4 CASI SIEMPRE 5 SIEMPRE

<b>Indicadores de Estudio</b>	<b>Escala Valorativa</b>				
<b>Cantidad de procedimientos establecidos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. ¿Considera ud. que el procedimiento actual para adquisición de pasajes viene siendo el correcto?					
2. Cuando solicita pasajes lo realiza de acuerdo al procedimiento?					
3. Usted cree que presenta su solicitud cumpliendo el procedimiento?					

<b>Tiempo de atención de solicitudes de servicio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
4. ¿Presenta ud su solicitud de pasajes de acuerdo al tiempo establecido en el procedimiento?					
5. Usted considera que la implementación del manual mejorará el tiempo para la atención de pasajes?					
6. Considera que el plan de gestión viene mejorando los tiempos en la adquisición de pasajes					

<b>Costos Reducidos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
7. ¿Ud. Cree que el cumplimiento del procedimiento ha reducido los costos en la adquisición de pasajes?					
8. ¿Ud. Cree que el procedimiento ha reducido la cantidad de devoluciones o anulación de pasajes?					
9. ¿Considera que este plan implementado permitirá mejorar los presupuestos?					

<b>Nivel de satisfacción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10. ¿Consideras que este plan está mejorando la atención de solicitudes para adquisición pasajes?					
11. ¿Consideras que este plan te permite una atención oportuna y eficaz?					
12. ¿Considera que el cumplimiento del procedimiento en el tiempo solicitado le permitió utilizar línea aérea de su preferencia?					

## Anexo 3. Base de Datos

PRE TEST											
2	1	2	1	1	2	2	3	1	2	1	2
1	2	3	2	1	2	1	3	2	1	3	2
3	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1
2	1	3	1	2	2	2	1	3	1	2	2
2	1	1	1	2	3	1	2	3	2	2	1
1	1	2	1	2	1	3	1	2	1	3	2
2	2	1	3	2	1	1	2	3	3	2	2
2	3	1	2	2	3	1	2	3	1	2	3
2	1	1	2	2	2	1	3	1	2	1	3
1	2	3	2	2	3	2	3	1	2	1	2
3	3	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2
2	1	2	2	1	3	1	2	3	1	2	3
2	2	1	2	3	1	2	3	1	2	2	1
1	1	3	2	1	1	2	3	1	2	3	1
1	3	3	3	1	2	2	3	1	3	1	3
3	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2
1	1	1	2	1	2	3	2	1	3	2	1
2	3	3	1	2	3	2	1	2	3	2	1
2	1	3	2	1	2	3	1	2	3	2	1
1	2	1	3	5	4	3	3	3	3	3	3
2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2
3	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	2
1	1	3	1	3	2	3	3	3	2	2	1
1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1
2	1	3	2	1	1	1	1	2	3	2	2
2	2	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3
1	1	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2
1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	1	3
2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	2
1	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3
2	1	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3
1	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	1
1	1	3	1	3	1	2	1	3	1	1	2
1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3
2	1	5	2	1	1	1	1	3	3	3	1
3	2	4	1	3	2	2	2	2	1	2	3
1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3
2	1	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2
3	2	3	1	3	2	2	3	2	1	3	3
2	1	4	2	1	1	3	3	3	3	3	3
1	2	4	3	2	2	2	2	3	2	1	2
2	1	3	2	3	3	1	1	1	3	2	2
1	2	3	1	2	3	2	3	2	2	1	2
2	1	3	2	1	1	1	2	3	3	3	1
2	1	3	1	2	2	3	3	1	2	2	3

POST TEST											
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4

**Anexo 4. Evidencia de similitud Digital**

# TESIS Rosa Aleman

*por Rosa Aleman*

**Fecha de entrega:** 10-dic-2019 12:16a.m. (UTC-0600)

**Identificador de la entrega:** 1231343351

**Nombre del archivo:** Rosa\_Aleman.docx (1.37M)

**Total de palabras:** 15098

**Total de caracteres:** 79528

---

## DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTIÓN PARA OPTIMIZAR LA ADQUISICIÓN DE PASAJES EN LA EMPRESA PETROPERÚ-JEFATURA SERVICIOS SEDE LIMA

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>ctb.ku.edu</b> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.uncp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.uigv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>emprendedoresynegocios.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>gestion.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

---

9	<a href="http://profpoleo.blogspot.com">profpoleo.blogspot.com</a> Fuente de Internet	1%
10	<a href="http://www.asisge.com">www.asisge.com</a> Fuente de Internet	1%
11	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
12	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1%
13	<a href="http://www.nexttimesoftware.com">www.nexttimesoftware.com</a> Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to CONACYT Trabajo del estudiante	<1%
15	<a href="http://www.petroperu.com.pe">www.petroperu.com.pe</a> Fuente de Internet	<1%
16	<a href="http://www.theibfr.com">www.theibfr.com</a> Fuente de Internet	<1%
17	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
18	<a href="http://destinonegocio.com">destinonegocio.com</a> Fuente de Internet	<1%
19	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%
20	Submitted to Universidad Tecnológica del Perú Trabajo del estudiante	<1%

---

21	<a href="http://www.monografias.com">www.monografias.com</a> Fuente de Internet	<1%
22	<a href="http://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
23	<a href="http://dspace.utpl.edu.ec">dspace.utpl.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
24	Submitted to Universidad de San Martin de Porres Trabajo del estudiante	<1%
25	<a href="http://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
26	Submitted to Escuela Politecnica Nacional Trabajo del estudiante	<1%
27	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1%
28	<a href="http://importacion-exportacion-china.blogspot.com">importacion-exportacion-china.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%
29	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
30	<a href="http://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
31	207.248.177.15 Fuente de Internet	<1%

---

<b>32</b>	<b>Submitted to EP NBS S.A.C.</b> Trabajo del estudiante	<1%
<b>33</b>	<b>www.mecon.gov.ar</b> Fuente de Internet	<1%
<b>34</b>	<b>www.researchgate.net</b> Fuente de Internet	<1%
<b>35</b>	<b>personales.ciudad.com.ar</b> Fuente de Internet	<1%
<b>36</b>	<b>riunet.upv.es</b> Fuente de Internet	<1%
<b>37</b>	<b>repositorio.continental.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1%

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 10 words

Excluir bibliografía

Activo

## Anexo 5. Autorización de publicación en el repositorio



### FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

#### 1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: ALEMAN SAANEDE DE VELASQUEZ ROSA NELLY  
 DNI: 06178666 Correo electrónico: raleman@petvoperu.com.pe  
 Domicilio: CALLE VASCOQUEZ N° 278 URB. MAYORAZGO 2° ESTD. ATE  
 Teléfono fijo: 01-348-1319 Teléfono celular: 975-132-520

#### 2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO Ó TESIS

Facultad/Escuela: CIENCIAS E INGENIERIA

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller ( ) Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTION PARA OPTIMIZAR  
LA ADQUISICION DE PASAJES EN LA EMPRESA PETROPERU  
JEFATURA SERVICIOS SEDE LIMA

#### 3.- OBTENER:

Bachiller ( ) Título (X) Mg. ( ) Dr. ( ) PhD. ( )

#### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):

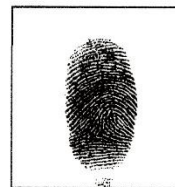
(X) Sí, autorizo el depósito y publicación total.

( ) No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 16 días del mes de ENERO de 2020.

Aleman de Velasquez

Firma



**Anexo 6. Desarrollo de la investigación**

**PLAN DE GESTIÓN**

**Jefatura de servicios sede Lima PETRO PERU SA.**

## **1. Introducción**

En una organización la excelencia siempre está marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos y cada uno de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando dicha organización aprende de sí misma, y de otras, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante que la envuelve y el conjunto de fortalezas y debilidades que la determinan.

La planificación de la estrategia es el principal modo de conseguir un salto cualitativo en el servicio que presta a la sociedad. Para ello, es necesario realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentra. Una vez realizado es relativamente sencillo determinar la estrategia que debe seguirse para que el destinatario de los servicios perciba, de forma significativa, la mejora implantada. Apoyarse en las fortalezas para superar las debilidades es, sin duda la mejor opción de cambio.

Jefatura de servicios sede lima presenta este documento con el objeto de que sirva de apoyo en la elaboración y desarrollo de un Plan de Gestión, una vez realizado un proceso de evaluación.

Teniendo en cuenta la visión interna de la unidad evaluada y la visión de los evaluadores externos, el equipo responsable de la unidad formula las propuestas de mejora que negociará con los responsables de la institución.

El Plan de Gestión se constituye en un objetivo del proceso de mejora continua, por lo tanto, en una de las principales fases a desarrollar dentro del mismo. La elaboración de dicho plan requiere el respaldo y la implicación de todos los involucrados y que, de una u otra forma, tengan relación con la jefatura de servicios.

El Plan de Gestión integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas.

Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para conseguirlos.

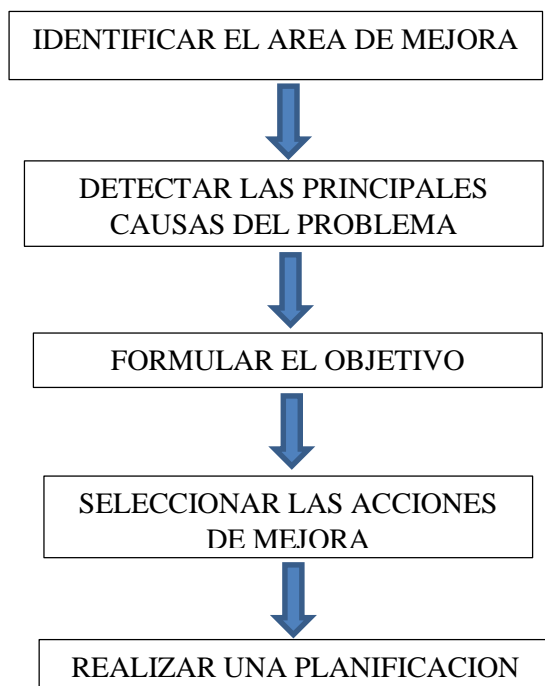
El Plan de Gestión permite:

- Identificar las acciones de mejora a aplicar.
- Analizar su viabilidad.
  
- Establecer prioridades en las líneas de actuación.
  
- Disponer de un plan de las acciones a desarrollar en un futuro y de un sistema de seguimiento y control de las mismas.
- Negociar la estrategia a seguir.
  
- Incrementar la eficacia y eficiencia de la gestión.
  
- Motivar a todo el personal de PETROPERU S.A en mejorar el nivel de calidad.

El plan elaborado en base a este documento permite tener de una manera organizada, priorizada y planificada las acciones de mejora. Su implantación y seguimiento debe ir orientado a aumentar la calidad de la atención para la adquisición de pasajes y que sea claramente percibida.

## 2. Procedimiento del Plan de Gestión

A continuación, se describen los principales pasos a seguir para la elaboración del Plan de Gestión:



### 2.1 Identificar el área de mejora

Para comenzar el proyecto, se ha identificado el sobrecosto que genera la adquisición de vuelos nacionales a nivel corporativo en PETROPERÚ S.A. Por lo que, se sustentará en los siguientes párrafos.

Como se sabe, Petróleos del Perú S.A. posee distintas sedes a nivel nacional: Refinería Talara en Piura; Refinería Conchán y Oficina Principal en Lima; Refinería Iquitos en Iquitos; y, por último, la Gerencia Oleoducto en el norte central de Perú. Es por ello, que en el primer trimestre se ha adquirido viajes a nivel nacional y sólo un vuelo internacional como se menciona en la tabla 1.

Tabla 1: Cantidad de pasajes comprados por sede

	<b>IQUITOS</b>	<b>TALARA</b>	<b>LIMA</b>	<b>OLEODUCTO</b>
Total Nacional IDA	98	559	162	354
Total Nacional IDA Y VUELTA	208	518	583	180
Total Nacional TR	9	0	0	0
Total Internacional	0	0	4	0
<b>Total de Pasajes</b>	<b>315</b>	<b>1077</b>	<b>749</b>	<b>534</b>

Según la tabla, Talara es la sede que mayor cantidad de pasajes ha comprado en el primer trimestre del presente año. No obstante, esto es debido al Proyecto Modernización Refinería Talara, donde personal de Lima ha viajado para las coordinaciones necesarias del mismo. De igual forma, la tabla se puede apreciar que Lima mantiene una total de 583 pasajes de ida y vuelta, lo que se hará el análisis del problema en este.

Teniendo en consideración que se ha adquirido 583 pasajes sin respetar el procedimiento (30 días de anticipación), se realizará un análisis del sobrecosto generado por incumplir la secuencia debida.

Según Latam, la compra de un pasaje IDA - VUELTA con 30 días de anticipación con destino Talara costaría \$ 95.02 partiendo como fecha de cotización el 11 de noviembre del 2019, como se muestra en la figura 1.

Figura 1: Cotización de pasaje a Piura con 30 días de anticipación.

LATAM		Centro de Ayuda	
Lima a Piura			
IDA	12 de diciembre 2019 07:50 - 09:33	VUELTA	12 de enero 2020 18:31 - 19:57
Resumen de viaje			us\$ 95,02

Del mismo modo, la página de Latam nos brinda la información por la compra de un pasaje IDA – VUELTA con el mismo destino y tipo, pero con cinco días de anticipación (lo que se frecuente en el envío de solicitudes). Observar la figura 2.

Figura 2: Cotización de pasaje a Piura con 5 días de anticipación.

LATAM		Centro de Ayuda	
Lima a Piura			
IDA	15 de noviembre 2019 20:22 - 22:02	VUELTA	18 de noviembre 2019 22:04 - 23:30
Resumen de viaje			us\$ 240,05

Dada esta información, se procederá hacer el análisis de costo del problema especificada en la tabla 2.

Tabla 2: Costo del sobrecosto en la compra de pasajes ida - vuelta a nivel Lima

			Costo (\$)
		Pasaje con 30 días de anticipación	240.05
		Pasaje con 5 días de anticipación	98.02
		Sobrecosto del pasaje	142.03
		Sobrecosto del 1er Trimestre	82,803.49
			Costo (S/)
		Sobrecosto del 1er Trimestre	279,047.76

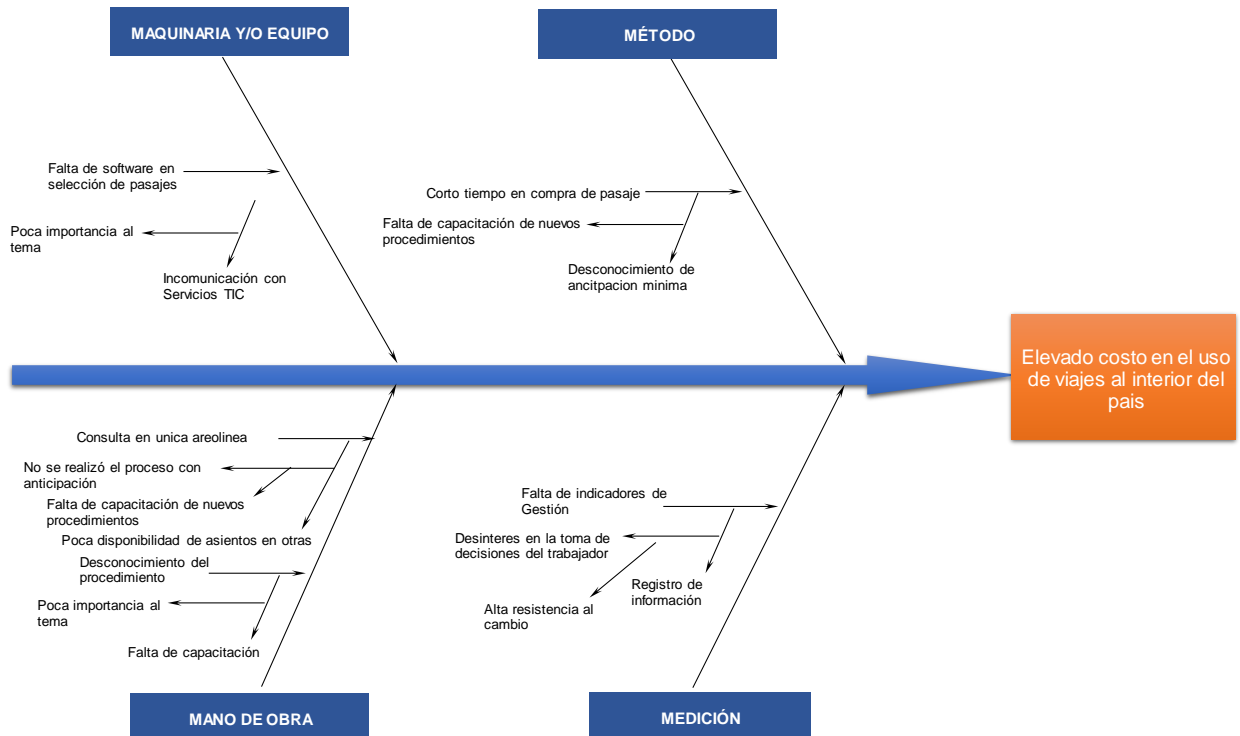
De la tabla anterior, menciona la diferencia en dólares que es 142.03; esto multiplicado por los 583 pasajes ida y vuelta adquiridos en el primer trimestre del año, resulta \$ 82,803.49. El resultado final sería el monto antes mencionado por una tasa de cambio de 3.34 soles por dólar. Un total de S/ 279,047.76.

## 2.2 Causas del problema

La solución de un problema, y por lo tanto la superación de un área de mejora, comienza cuando se conoce la causa que lo originó. Existen múltiples herramientas metodológicas para su identificación. En este proyecto se hará el análisis Ishikawa (espina

del pescado) como se muestra en la siguiente figura.

Figura 3: Diagrama Ishikawa del problema



Para realizar el diagrama Ishikawa, se ha tomado como principal problema el elevado costo en el uso de viajes al interior del país; y sólo se ha tomado 4 m's de 6, debido a que no se han encontrado efectos en el medio ambiente ni materia prima.

El diagrama Ishikawa nos dice, que el método en que se está realizando el procedimiento no es el adecuado por la falta de capacitaciones en la realización de nuevos procedimientos. La inexistencia de indicadores de gestión para la medición de gastos también es otra causa debido a que el personal presenta una resistencia al cambio evidenciada en la falta de interés para realizar una mejora. Por último, la mano de obra repite la falta de

capacitaciones que no les dan a los trabajadores de PETROPERU y a ello, le agregamos el desinterés sobre el tema.

### **Objetivos**

Una vez se han identificado las principales áreas de mejora y se conocen las causas del problema, se han de formular los objetivos y fijar el período de tiempo para su consecución.

#### **Objetivo General**

Disminuir el costo de adquisición de viajes nacionales a nivel corporativo mediante un Procedimiento enlazada con una Gestión del Cambio en PETROPERU S.A.

#### **Objetivos Específicos**

- Disminuir la cantidad de pasajes adquiridas con 30 días de anticipación
- Disminuir el costo mensual utilizados en pasajes.
- Aumentar las capacitaciones de nuevos procedimientos en diferentes gerencias.
- Incrementar las dependencias implicadas en el cambio de solicitudes de pasajes.
- Disminuir la resistencia al cambio en la empresa.
- Implementar cronograma de viajes a nivel corporativo por todas las dependencias.
- Incrementar el índice de aprobados de las capacitaciones a realizar.

### 3. Acciones de mejora

El paso siguiente será seleccionar las posibles alternativas de mejora para, posteriormente, priorizar las más adecuadas. Se propone la utilización de una serie de técnicas (tormenta de ideas, técnica del grupo nominal, etcétera) que facilitarán la determinación de las acciones de mejora a llevar a cabo para superar las debilidades. Se trata de disponer de un listado de las principales actuaciones que deberán realizarse para cumplir los objetivos prefijados.

Cuando los planes de vuelo se vean alterados la empresa evaluará la necesidad urgencia del viaje y lo asumirá de todas maneras, pero en el caso que de no ser de urgencia se procederá a un cambio de itinerario que sea el más conveniente.

### 4. Realizar una planificación

Las tareas a aplicar son los siguientes:

Tareas
Identificar las principales causas del problema.
Desarrollar resumen de implicaciones del problema.
Realizar exposición del gasto ocurrido.
Identificar las dependencias implicadas.
Identificar posible ahorro de gastos
Establecer nueva visión para el ahorro de gastos.
Comunicar visión
Empoderar a dependencias en la visión
Alcanzar metas a corto plazo.
Identificar procesos actuales
Analizar tareas que no generan valor añadido.
Reemplazar o eliminar tareas NVA.
Consolidar cronograma de viajes a nivel corporativo.
Analizar el mercado de vuelos directamente con empresas.
Delegar a un responsable por dependencia.
Enseñar el nuevo procedimiento al encargado de área de forma teórica.
Enseñar el nuevo procedimiento al encargado de área de forma práctica.
Realizar evaluación de capacitación de nuevo procedimiento.
Analizar hojas de indicadores
Modelar las mejoras
Comunicar resultados finales.

### **Dificultad de la implantación**

La dificultad en la implantación de una acción de mejora puede ser un factor clave a tener en cuenta, puesto que puede llegar a determinar la consecución, o no, del mismo. Se procederá a priorizarlas de menor a mayor grado de dificultad.

Nº	Acciones de Mejora	Dificultad
1	Establecer el sentido de urgencia	1
2	Realizar un equipo de trabajo	2
3	Comprometer a la organización al cambio	1
4	Mejorar procedimiento actual	1
5	Nuevas actividades	1
6	Realizar Capacitaciones al personal	3
7	Comunicar la mejora	3

### **Plazo de implantación**

Es importante tener en cuenta que hay acciones de mejora, cuyo alcance está totalmente definido y no suponen un esfuerzo excesivo, con lo que pueden realizarse de forma inmediata o a corto plazo. Por otro lado, existirán acciones que necesiten la realización de trabajos previos o de un mayor tiempo de implantación.

N°	Acciones de Mejora	Dificultad	Plazo
1	Establecer el sentido de urgencia	1	1
2	Realizar un equipo de trabajo	2	2
3	Comprometer a la organización al cambio	1	2
4	Mejorar procedimiento actual	1	3
5	Nuevas actividades	1	1
6	Realizar Capacitaciones al personal	3	2
7	Comunicar la mejora	3	3

### **Impacto en la organización**

Se define como impacto, el resultado de la actuación a implantar, medido a través del grado de mejora conseguido (un cambio radical tiene un impacto mucho mayor que pequeños cambios continuos). Es importante también tener en cuenta el grado de despliegue al que afecta la medida. Si ésta afecta a varias titulaciones su impacto será mayor y la prioridad también deberá serlo.

N°	Acciones de Mejora	Dificultad	Plazo	Impacto
1	Establecer el sentido de urgencia	1	1	1
2	Realizar un equipo de trabajo	2	2	3
3	Comprometer a la organización al cambio	1	2	2
4	Mejorar procedimiento actual	1	3	1
5	Nuevas actividades	1	1	1
6	Realizar Capacitaciones al personal	3	2	3
7	Comunicar la mejora	3	3	2

A continuación, se presenta una tabla que servirá como herramienta a la hora de establecer una priorización en las acciones de mejora identificadas anteriormente. Una vez establecidas las puntuaciones de cada factor se establecerá la suma de las mismas, lo que servirá de **orientación** para identificar como prioritarias aquellas que tengan una mayor puntuación total.

N°	Acciones de Mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Prioridad
1	Establecer el sentido de urgencia	1	2	1	1.00
2	Realizar un equipo de trabajo	2	2	3	2.00
3	Comprometer a la organización al cambio	1	2	2	2.00
4	Mejorar procedimiento actual	1	3	1	2.00
5	Nuevas actividades	2	1	1	1.00
6	Realizar Capacitaciones al personal	3	2	3	3.00
7	Comunicar la mejora	3	3	2	3.00

## 5. Seguimiento del Plan de Gestión

El siguiente paso es la elaboración de un cronograma para el seguimiento e implantación de las acciones de mejora. En el mismo, se dispondrán de manera ordenada las prioridades con los plazos establecidos para el desarrollo de las mismas.

## **6. Protocolo para la elaboración del plan de mejora**

Para llevar a cabo las acciones de mejora propuestas es necesario especificar las tareas concretas que deberán realizarse para la consecución de los objetivos. Para ello hay que determinar quién es el responsable de la puesta en marcha y de la ejecución de las acciones de mejora, las diferentes tareas a desarrollar, los recursos humanos y materiales necesarios, el período de consecución, la fecha de inicio, los indicadores de seguimiento y los responsables de realizar el control y seguimiento de las mismas.

Es muy posible que esta planificación conlleve una negociación entre todos los responsables e implicados, a diferentes niveles, de la titulación evaluada. Así mismo, el hecho de dar al Plan de Gestión un carácter formal adecuado, según las características y el modo e hacer de cada institución, favorecerá su éxito, y por tanto, la consecución del objetivo previamente fijado.

A continuación, ofrecemos el protocolo que deberá seguirse para construir el Plan de Gestión y realizar el seguimiento a lo largo de su implantación. Está integrado por una serie de tablas que deberán rellenarse en el orden que se presentan, tal y como se ha explicado en el punto 2 del documento.

PLAN DE GESTIÓN									
Item.	Acciones de Mejora		Tareas	Responsable de Tareas	Tiempos	Recursos Necesarios	Financiación*	Indicador de Seguimiento	Responsable Seguimiento
					(Inicio Final)				
1	Establecer el sentido de urgencia	1.1. 1.2. 1.3.	Identificar las principales causas del problema. Desarrollar resumen de implicaciones del problema. Realizar exposición del gasto ocurrido.	Rosa Alemán	7 d.c	- Data historica de solicitud de pasajes. - Gasto de vuelos.	-	Elevación de costo mensual	Rosa Alemán
2	Realizar un equipo de trabajo	2.1. 2.2. 2.3.	Identificar las dependencias implicadas. Identificar posible ahorro de gastos Establecer nueva visión para el ahorro de gastos.	Rosa Aleman y empleados de área	3 d.c	- Estadística de uso por dependencia.	S/450.00	Total de dependencias implicadas	Rosa Alemán
3	Comprometer a la organización al cambio	3.1. 3.2. 3.3.	Comunicar visión Empoderar a depencias en la visión Alcanzar metas a corto plazo.	Rosa Alemán	1 d.c	- Diapositivas de Presentación.	-	Porcentaje de resistencia al cambio	Rosa Alemán
4	Mejorar procedimiento actual	4.1. 4.2. 4.3.	Identificar procesos actuales Analizar tareas que no generan valor añadido. Reemplazar o eliminar tareas NVA.	Rosa Alemán	3 d.c	- Hoja de procedimiento actual. - Cuadro de Actividades NVA.	-	Porcentaje de actividades sin valor	Rosa Alemán
5	Nuevas actividades	5.1. 5.2. 5.3.	Consolidar crograma de viajes a nivel corporativo. Analizar el mercado de vuelos directamente con empresas. Delegar a un responsable por dependencia.	Rosa Alemán	15 d.c	- Cronograma de viajes. - Cotizaciones de empresas. - Relación de responsables.	S/2,250.00	Total de cambios en el cronograma	Rosa Alemán
6	Realizar Capacitaciones al personal	6.1. 6.2. 6.3.	Enseñar el nuevo procedimiento al encargado de área de forma teorica. Enseñar el nuevo procedimiento al encargado de área de forma practica. Realizar evaluación de capacitación de nuevo procedimiento.	Rosa Alemán	4 d.c	- Hojas de evaluaciones. - Proyector.	S/2,200.00	Porcentaje de trabajadores aprobados	Rosa Alemán
7	Comunicar la mejora	7.1. 7.2. 7.3.	Analizar hojas de indicadores Modelar las mejoras Comunicar resultados finales.	Rosa Alemán	5 d.c	- Hojas de indicadores. - Procedimiento de viajes.	-	Porcentaje de solicitudes que siguen proced.	Rosa Alemán
* Al ser trabajadora de PETROPERÚ, los gastos en uso de papel, luz y proyector están siendo tomadas por la empresa por la propuesta de mejora del proyecto.									