



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA
SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN-
CAJAMARCA 2016**

**PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Br. PEREZ OCUPA, Diana

Asesor:

Mg. SÁNCHEZ TARRILLO, Segundo

**Linea de Investigacion:
Gestión y competitividad**

**Pimentel – Perú
2016**



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA
SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN-
CAJAMARCA 2016**

**PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Br. PEREZ OCUPA, Diana

Asesor:

Mg. SÁNCHEZ TARRILLO, Segundo

**Linea de Investigacion:
Gestión y competitividad**

**Pimentel – Perú
2016**



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE
JAÉN- CAJAMARCA 2016**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor:
Br. PEREZ OCUPA, Diana**

**Pimentel – Perú
2016**

**DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE
JAÉN- CAJAMARCA 2016**

TESIS

Asesor (a):

Mg. Sánchez Tarrillo, Segundo Firma

Presidente (a):

Mg. Falla Gómez Carolina de Lourdes Firma

Secretario (a):

Mg. Rojas Jiménez Karla Ivonne Firma

Vocal (a):

Mg. Suysuy Chambergo Ericka Julissa Firma

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la inteligencia y la oportunidad para hacer realidad mis metas, y a nuestros Padres, porque todos los días nos demuestran amor y nos dan las fuerzas necesarias para seguir adelante con nuestros estudios.

A mi asesor metodológico Mgtr. Purihuamán Leonardo Celso Nazario, quien me ha orientado paso a paso para elaborar esta investigación profunda y detallada del tema mencionado; ya que sin su ayuda no hubiera sido posible culminar con éxito dicho estudio.

A mis Padres que me vieron nacer y crecer y que con su enseñanza y sus buenas costumbres han creado en mí, sabiduría, haciendo que hoy tengamos el conocimiento de lo que somos.

Diana Pérez Ocupa.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud, principalmente a Dios por haberme dado la existencia y permitido llegar al final de la carrera.

A los docentes que nos han acompañado durante el largo camino, brindándonos siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando nuestra formación.

Igualmente, a mi asesora especialista, quien me ha orientado en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde seamos partícipes en su mejoramiento.

La autora

RESUMEN

En la presente investigación titulada Diagnóstico de la calidad de atención al cliente en la empresa Proyectos la Selva S.R.L. de la ciudad de Jaén - Cajamarca 2016, que tiene como objetivo general medir el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml. El tipo de estudio es de tipo descriptivo propositivo, es una investigación con diseño no experimental – transversal. No tiene hipótesis ya que es un estudio descriptivo.

Los resultados en esta investigación son en la Tabla N°5; se observa que el 41,5% de encuestados están insatisfechos con el servicio que esperaban; mientras que el 9,2% de los encuestados que representan a los que están satisfechos. Así como en la Tabla N°7; el 47,7% de los encuestados están insatisfechos ya que los empleados no demuestran interés en solucionar los problemas que se le presentan mientras que el menor porcentaje es del 3,8% que representa a los que están satisfechos. Se concluye que la empresa Proyectos La Selva; actualmente no brinda una buena atención al cliente ni cuenta con calidad de servicio de acuerdo a las cinco dimensiones del SERVQUAL. Se recomienda Implementar la propuesta planteada y realizar un seguimiento de los beneficios que le atribuyeron esta así como a las aplicaciones que le dan los trabajadores, a la temática incluida en el plan de mejora de la calidad de servicio, para poder evaluar si todos los conocimientos adquiridos están siendo aplicados o si deben modificarse para futuros planteamientos de capacitación.

Palabras Claves: Calidad de atención, clientes, Nivel de la calidad de Servicio, Servqual.

ABSTRACT

In this research titled Diagnosis of quality customer service in the company projects the S.R.L. Selva of the city of Jaen - Cajamarca 2016, whose general objective measure the level of quality customer service the company projects the S.R.L. Selva Servqual applying the instrument by Parasuraman, Berry and Zeithaml. The type of study is descriptive purposing, is a non-experimental research design - cross. It has no hypothesis, as it is a descriptive study.

The results in this study are in Table No. 5; It shows that 41.5% of respondents are dissatisfied with the service they expected; while 9.2% of respondents represent those who are satisfied. As in Table No. 7; 47.7% of respondents are dissatisfied because employees are not interested in solving the problems that are presented while the lowest percentage is 3.8% representing those who are satisfied. It is concluded that the company Proyectos La Selva; not currently provides good customer support and quality of service features according to the five dimensions of SERVQUAL. Se recommends implementing the proposal put forward and keep track of the benefits attributed this as well as applications that give workers , the subject included in the plan to improve service quality, to assess whether all the knowledge acquired are being applied or whether they should be modified to future training approaches.

Keywords: Quality of care, customers, level of service quality, Servqual.

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INDICE.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE FIGURAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Realidad problemática.....	13
1.2 Trabajos previos.....	15
1.2.1. A Nivel Internacional.....	15
1.2.2. A Nivel Nacional.....	15
1.2.3. A Nivel Local.....	17
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	18
1.3.1. Calidad de atención al cliente:.....	18
1.3.2. Atención al cliente.....	18
1.3.3. Características de la atención al cliente:.....	18
1.3.4. Lealtad y satisfacción cliente:.....	19
1.3.5. Dimensiones de la calidad:.....	19
1.3.6. Cómo medir la calidad de atención al cliente:.....	20
1.3.7. Modelos de Calidad.....	20
1.3.8. Teorías de la Calidad.....	23
1.4. Formulación del problema.....	25
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	25
1.6 Hipótesis.....	26
1.7. Objetivos.....	26
1.7.1 Objetivo general.....	26
II.MATERIAL Y MÉTODO.....	29
2.1 Tipo y Diseño de investigación.....	29
2.1.1 Tipo de Investigación.....	29
2.1.2 Diseño de Investigación.....	29
2.3. Población y muestra.....	30
2.3.1. Población.....	30
2.3.2. Muestra.....	30
2.4. Variables, operacionalización.....	30
2.3.2. Operacionalización.....	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	32
2.4.1 Técnica de recolección de datos.....	32

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	32
2.4.3 Validez	32
2.4.4 Confiabilidad	32
2.5 Procedimientos de análisis de datos	32
2.6 Aspectos éticos	33
2.7 Criterios de Rigor científico	33
III. RESULTADOS	36
3.1. Tablas y Figuras	36
3.2. Discusión de resultados	50
3.3. Propuesta de la Investigación	52
4.1. Conclusiones	61
4.2. Recomendaciones	63
Referencias	64
ANEXOS	66
ANEXO 01: Matriz de Consistencia	67
ANEXO 02: Instrumento	69
ANEXO 03: Validación de Experto	70
ANEXO 04: Carta de aceptación	82
ANEXO 05: Evidencias	83
ANEXO 06: Declaración Jurada	85
ANEXO 07: Formato T1	86
ANEXO 08: Acta de Originalidad	87
ANEXO 08: Índice de similitud	88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de la variable independiente Calidad de servicio</i>	31
Tabla 2. <i>La empresa tiene equipos de apariencia moderna</i>	36
Tabla 3. <i>Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.</i>	36
Tabla 4. <i>Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.</i>	37
Tabla 5. <i>Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio</i> 38	
Tabla 6. <i>El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba</i>	38
Tabla 7. <i>Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple</i>	39
Tabla 8. <i>Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo</i>	40
Tabla 9. <i>El empleado realiza bien el servicio la primera vez</i>	40
Tabla 10. <i>Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.</i>	41
Tabla 11. <i>El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio</i>	42
Tabla 12. <i>Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle.</i>	42
Tabla 13. <i>Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado</i>	43
Tabla 14. <i>Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto</i>	44
Tabla 15. <i>Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.</i>	44
Tabla 16. <i>El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad</i>	45
Tabla 17. <i>Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas</i>	46
Tabla 18. <i>Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes.</i>	46
Tabla 19. <i>Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio</i>	47
Tabla 20. <i>El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes</i>	48
Tabla 21. <i>Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios</i>	48
Tabla 22. <i>El empleado entiende las necesidades específicas del cliente.</i>	49
Tabla 23. <i>Estrategia No. 1. “Mejora de aspectos tangibles del servicio y atención al cliente”</i>	53
Tabla 24. <i>Estrategia No. 2. Capacitación a los empleados de la empresa Proyectos La Selva SRL, en la atención al cliente</i>	54
Tabla 25. <i>Estrategia No. 3. Análisis y agilización de procedimientos en la atención al cliente</i>	56
Tabla 26. <i>Estrategia No. 4. Medición de la satisfacción por la atención al cliente</i>	57
Tabla 27. <i>Presupuesto de estrategias de la propuesta</i>	58
Tabla 28. <i>Cronograma de actividades de la propuesta</i>	59
Tabla 29. <i>Matriz de consistencia</i>	67

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Apariencia Moderna.....	36
<i>Figura 2.</i> Elementos materiales visualmente atractivos y claros	37
<i>Figura 3.</i> Materiales para la presentación del servicio	37
<i>Figura 4.</i> Instalaciones físicas atractivas y cuidadas	38
<i>Figura 5.</i> Servicio responde a lo que usted esperaba.....	39
<i>Figura 6.</i> El empleado de servicios cumple con lo que promete	39
<i>Figura 7.</i> Empleado muestra interés en solucionarlo	40
<i>Figura 8.</i> El empleado realiza bien el servicio la primera vez.....	41
<i>Figura 9.</i> Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus pregunta	41
<i>Figura 10.</i> El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio.....	42
<i>Figura 11.</i> Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle	43
<i>Figura 12.</i> Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado.....	43
<i>Figura 13.</i> Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio.	44
<i>Figura 14.</i> Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes	45
<i>Figura 15.</i> El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	45
<i>Figura 16.</i> Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas	46
<i>Figura 17.</i> Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	47
<i>Figura 18.</i> Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio	47
<i>Figura 19.</i> El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	48
<i>Figura 20.</i> Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	49
<i>Figura 21.</i> El empleado entiende las necesidades específicas del cliente	49
<i>Figura 22.</i> Estrategias de calidad de atención al cliente.....	53
<i>Figura 23.</i> Personal de la empresa "Proyectos La Selva" S.R.L.	83
<i>Figura 24.</i> Gerente de la empresa "Proyectos La Selva" S.R.L.	83
<i>Figura 25.</i> Foto de Ing. Michael Pérez Ocupa - Jefe de área agrícola.....	84
<i>Figura 26.</i> Instalaciones de la empresa " Proyectos La Selva" S.R.L.	84
<i>Figura 27.</i> Nivel de similitud de plagio según URKUND	88

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Hoyer (2015) manifiesta que el problema de la calidad de servicio de los restaurantes, es un problema de gerencia y como tal, debe ser resuelto con la aplicación de técnicas gerenciales específicas a la restauración. Es muy cómodo echarles la culpa a los mesoneros, o salir con el cuento que en Venezuela la gente no sirve para brindar un buen servicio, etc. El problema viene de arriba, y debe ser resuelto desde la alta gerencia; este no solo es un problema de falta de capacitación, es parte de la filosofía integral que debe existir en el negocio. Este es un negocio de gente, con gente, para la gente... y los principales responsables de la calidad del servicio del restaurante son los gerentes del área de servicio, conocidos en nuestro país como los “Capitanes” y la mayoría, a mi entender, prestan un excelente servicio, pero lamentablemente, solo al mejor postor, o sea, a quienes den las mejores propinas y eso es necesario cambiarlo... la falta de comunicación con su equipo de trabajo y serias fallas en la supervisión del personal del turno, evidencian la gravedad del problema existente. ¿Qué se puede hacer? Existen suficientes recursos, técnicas y procedimientos gerenciales que “si se aplicaran”, sería posible mejorar la calidad de servicio del restaurante.

Romeo (2015) argumenta que, así como en muchos establecimientos existe lista de espera para ocupar las mesas en función del orden de llegada. El tiempo medio de espera es un buen indicativo para conocer la atención al cliente que se recibe. Basándome en mi experiencia, tener un tiempo de espera mayor o menor y hasta un tiempo (asumamos 30 minutos), no implica necesariamente un mal servicio. La clave está en ofrecer información veraz al cliente del tiempo estimado para que se sienten y que sus expectativas se cumplan. En El Mirador del Río utilizamos la app que en Intelify desarrollamos para tal efecto que nos proporciona en tiempo real el tiempo medio que cada uno de los clientes que están esperando; llevan en el establecimiento o en el entorno esperando para sentarse.

Del Alcázar (2016). Indica que el nivel de satisfacción de los diferentes tipos de clientes con los que cuenta una empresa es el indicador base de rentabilidad recurrente para marcas e instituciones, ya que nos muestra diferentes grados de cumplimiento y gestión en áreas específicas de contacto, al igual que oportunidades de servicio y negocio. El nivel de

producto y servicio entregado debe superar las expectativas del cliente para tener un resultado positivo, por lo que es necesario conocer previamente las expectativas y valor que asigna un cliente a un producto, servicio y valor agregado determinado. La calidad es un factor diferencial muy relevante para toda empresa, en muchos casos es subjetiva y por eso es necesario definir parámetros específicos con valores mínimos de cumplimiento levantados en diferentes medios (encuestas físicas, virtuales, buzones de sugerencias, comprador fantasma, observación, entrevistas u otras) en todo el ciclo de experiencia del cliente que es la evaluación del proceso completo que debe ser claramente planteado para poder medirlo en cada canal (On y Off Line) y en cada perspectiva de experiencia del cliente con el producto, servicio y con la marca sumando así el valor de experiencia integrado.

Hoyer (2015) puntualiza que uno de los principales factores que inciden en la deficiencia de servicio que podemos notar en la mayoría de los restaurantes, radica en el desconocimiento por parte de los gerentes del efecto de la calidad del servicio en el negocio.

Las estadísticas son contundentes: Los resultados de un survey hecho por la National Restaurant Association de Estados Unidos, determinó que 49 % de los clientes regresan a los restaurantes por la calidad del servicio y solo el 12 % por la calidad de las comidas.

Jiménez (2015) especifica que la calidad es un factor clave para los profesionales en el área de restaurantes y siempre ha demostrado capacidad para lograr competitividad en un mercado donde los clientes tienen más opciones a escoger en el menú de la competencia.

Los sistemas de gestión de calidad son la plataforma indiscutible para la mejora continua de los foodservices, además ofrecen un toolbox para generar relaciones Win Win con los clientes.

Lo han dicho muchos gurús, la calidad es una auténtica generadora de utilidades que pasa las más rigurosas pruebas una y otra vez.

Hay dos factores claves en la calidad del servicio: La *cortesía* y la *eficiencia*. Esto se logra a través de un entrenamiento profesional del personal de servicio, donde los “Capitanes” del restaurante cumplen un rol clave. Ellos son el eslabón más cercano a la gerencia para el resto de su personal y su principal gestión debe garantizar que el negocio consiga una clientela satisfecha y por ende, cautiva y repetitiva.

En base a todo lo anterior, se establece una gran oportunidad para conocer su diagnóstico de la calidad de atención que brinda la empresa Proyectos La Selva, así mismo emplear estrategias correctivas para lograr su objetivo trazado.

A pesar de los diferentes factores de gran complejidad que puede presentar en su entorno Proyectos La Selva S.R.L. viene incrementando su crecimiento, es una de las Consultorías que brinda un buen servicio, asesoramiento y su principal prioridad es el cliente.

1.2 Trabajos previos

1.2.1. A Nivel Internacional

Alvear (2015) indica que en su tesis *Propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio del Grand hotel paraíso, ubicado en el Cantón Atacames para el año 2014*, desarrolla una propuesta de mejora de la calidad del servicio, enfocándose al estudio de las falencias del mismo, dichas mejoras pretenden corregir las fallas del servicio y lograr la satisfacción de los clientes y llegar a un posicionamiento en la industria turística del Cantón Atacames.

Altamirano (2014) en su investigación titulada *La Calidad del Servicio Hotelero y su incidencia en la satisfacción del cliente en la ciudad de Baños*, manifiesta que tiene el fin la detección del constante cambio de expectativas y exigencias del cliente por lo que el sector hotelero de esta ciudad se ha visto con suma urgencia que se implemente alguna herramienta para mejorar en sí la calidad de los servicios que ofertan. La investigación ha sido orientada con la información obtenida tanto con antecedentes de la ciudad, el sector hotelero, las encuestas realizadas a los clientes de los hoteles y turistas; la cual ha proporcionado gran ayuda para analizar la situación y el problema y de esta manera apuntar a las mejores soluciones por medio de la aplicación de un modelo de gestión de calidad de los servicios hoteleros para mejorar la satisfacción de los clientes de la ciudad de Baños de Agua Santa. En el cual se han tomado en cuenta aspectos como satisfacción, beneficios, relación y atención al cliente como también control de la calidad de los servicios y un feedback necesario por medio de una encuesta que se realizará a los clientes para conocer el grado de satisfacción de los servicios de cada hotel.

1.2.2. A Nivel Nacional

Moreno (2015) en su tesis titulada *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante La Cabaña de Don Parce desarrollada en la Universidad de Piura*, se aborda el problema relacionado al desconocimiento existente acerca del grado de satisfacción de los

clientes del restaurante “La Cabaña de Don Parce”, en cuanto a que no se sabe que es lo que determina que un cliente salga satisfecho del local; todo ello con el objetivo de plantear medidas que permitan aumentar la satisfacción de los clientes, incrementar la clientela y lograr su fidelidad.

Merece un comentario positivo, ya que me, orienta al reconocimiento de las posibles causas de insatisfacción de los clientes y lo importante es realizar un estudio de investigación sobre calidad de atención al cliente, para así poder hacer las medidas correctivas a fin de lograr el éxito y evitar el fracaso empresarial.

Chipana & Cayo (2015) en su tesis titulada *Análisis de la Calidad de Servicio en los Restaurantes Vegetarianos del Centro Histórico de Arequipa*, se realizó un determinado análisis sobre calidad de servicio en cuanto al manejo de alimentos y bebidas por parte de cada restaurante como tales los que se han podido identificar son: Restaurant Vegetariano “Día Verde”, Restaurant Vegetariano” Como en Casa”, Restaurante Vegetariano “Aquarius”; Cada uno de estos restaurantes tiene un concepto diferente en cuanto a la calidad de servicio, y lo que se pretende aquí es saber cuál de estos restaurantes brinda un mejor servicio hacia su cliente lo que concuerda para estos restaurantes buscar una mejor calidad en el servicio en la manipulación del área de alimentos y bebidas. En donde los factores de investigación son: Comida, Precio, Atención, Ambiente. El tipo de investigación es una investigación cualitativa la cual se utilizará en nuestra investigación, donde se analizarán todos los datos recopilados y se podrá recabar información y poder fortalecer nuestra hipótesis.

Dalmau & García (2015) en su tesis titulada *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Wallqa” de la ciudad de Lima, utilizando el modelo Servqual de calidad de servicio en el año 2015*; expresa que tuvo como objetivo general, evaluar la calidad del servicio del restaurante “Wallqa”, de la ciudad de Lima, utilizando El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio en el año 2015. La investigación, una parte de la información es de tipo cuantitativo considerando la metodología de investigación dentro de un proceso sistemático y ordenado que busca planear la investigación de acuerdo a una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas de indagación propuestos, se realizaron 214 cuestionario y una encuesta al administrador del restaurante. Obteniéndose como resultados que de las cinco dimensiones

solo se presenta menor satisfacción como parte de la brecha negativa en la dimensión elementos tangibles debido a la falta de un mayor estacionamiento para los clientes y en la dimensión capacidad de respuesta no se percibió un servicio con rapidez debido a que los platos son preparados al momento. Finalmente, la conclusión que podemos destacar es que el restaurante Wallqa cumple con un estándar de calidad en su servicio a la altura de un restaurante cinco tenedores teniendo brechas entre las expectativas.

1.2.3. A Nivel Local

Martinez (2015) en su tesis titulada Calidad de Atención al cliente en las Agencias de Chiclayo para una entidad de microfinanzas; fundamenta que la presente investigación se ha desarrollado con la finalidad de evaluar la calidad de atención al cliente, logrando determinar que la única entidad, que presta una buena calidad de atención, en cuanto a créditos y operaciones, es Real Plaza sin embargo hay mucho que mejorar, principalmente en materia de calidad de atención.

Este es un importante aporte ya que me ayudara a incrementar conocimientos acerca de la variable de estudio en la investigación a realizar.

Quispe (2015) en su tesis titulada La calidad del servicio de catering en el sector social de la ciudad de Chiclayo destaca que la investigación tuvo como objetivo conocer la calidad del servicio de catering en el sector social, de la ciudad de Chiclayo, y saber si se ofreció un buen servicio a los clientes. Logrando determinar que la atención en el sector de Chiclayo es regular debido al desconocimiento del mercado al que se dirigen, las empresas no se conocen y no están al nivel de lo que exige el cliente, no capacitan a su personal porque son contratados eventualmente, colaboradores realizan tareas de acuerdo a lo que ellos creen conveniente.

Después de haber tenido la oportunidad de empaparme de este estudio puedo afirmar que es de mucha relevancia para mí, esta investigación ya que me ha permitido conocer la importancia de brindar un servicio de calidad, conocer y tener en cuenta otras variables en el tema de estudio, adquirir aportes valiosos, no solo para cumplir con la investigación sino para ponerlos en práctica en mi vida profesional.

Rimarachín (2015) en su tesis titulada Evaluación de la Calidad del servicio en relación a la satisfacción del cliente en la agencia de viajes Consorcio Turístico Sipán Tours SAC – Chiclayo, argumenta que la investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad de

servicio en relación a la satisfacción del cliente en la agencia de viajes Consorcio Turístico Sipán Tours SAC. Chiclayo. Logrando determinar que la agencia de viajes Consorcio Turístico Sipán Tours SAC. Brinda un buen servicio de calidad teniendo la aceptación y percepción positiva de la mayoría de los clientes. Así mismo se determinó que el 91% de clientes están conformes con la calidad de servicio que brinda la empresa esto nos indica que se encuentra desarrollando sus actividades de una manera adecuada, sin embargo, también se identificó que hay una brecha de 9% de clientes que no están de acuerdo con el servicio que se brinda.

Este estudio de tesis es de gran importancia, ya que contiene variables que se ajustan a mi proyecto fortaleciendo de esta manera mis conocimientos y reforzando mi estudio de investigación.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de atención al cliente:

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Blanco 2001, citado en Pérez, p. 6).

Definida como la conformidad, satisfacción de las expectativas del cliente, como valor con relación al precio y como excelencia (Moreno- Luzón, M.D, Perris, F.J y González, T. F. 2001).

1.3.2. Atención al cliente

Define como un instrumento eficaz de gestión empresarial, herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realizan los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa (Antonio Blanco 2010, citado en Pérez 2007 p.8)

Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (Blanco 2001, citado en Pérez, p6)

1.3.3. Características de la atención al cliente:

Desatnick (1990) indica que las características más importantes que deben tener la atención al cliente son:

- a) La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía.
- b) El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al cliente que lo necesita.
- c) Se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir tener rapidez.
- d) Es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto. El cliente agradecerá el que quiera ser amable con él.
- e) La empresa debe formular estrategias que le permita alcanzar sus objetivos, ganar dinero y distinguirse de los competidores.
- f) La empresa debe gestionar las expectativas de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.

1.3.4. Lealtad y satisfacción cliente:

Parasuraman et al., 1988; Rust & Zahorik, 1993; Oliver (1999) afirmaron que la satisfacción del cliente influye positiva y directamente en la lealtad del mismo.

Barroso y Martín (1999b), Reichheld y Sasser (1990). Destacaron que, con una alta calidad de atención, se obtuvieron clientes satisfechos y consecuentemente alcanza su lealtad, que implica mayores beneficios.

Szymanski y Henard (2001) Señalaron que los clientes satisfechos con determinada compañía tienen probabilidad de recomendar y repetir su uso.

1.3.5. Dimensiones de la calidad:

Druker (1990) afirma que la calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar. Por lo general el cliente evalúa el desempeño de su organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas. La mayoría de los clientes utilizan cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación:

- a) **Fiabilidad.** - Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable y segura.
- b) **Seguridad.** - Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible.
- c) **Capacidad de respuesta.** - Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar un servicio rápido.
- d) **Empatía.** - Significa la disposición ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada.

1.3.6. Cómo medir la calidad de atención al cliente:

Bernillon y Cerutti (2004) proponen que la medición de la calidad se haga a partir de los siguientes principios:

1. Que los indicadores escogidos estén vinculados con la estrategia diseñada.
2. Que estén en todo aquello que guarda conexión con los clientes.
3. Que estén relacionados con el sistema de reconocimiento de mérito.
4. Que permita obtener variaciones entre las realizaciones efectivamente conseguidas y las previstas, puesto que, en definitiva, se trata de medir el grado de satisfacción que se proporciona al cliente, es necesario que los indicadores midan el comportamiento de la empresa en relación con las necesidades, deseos y expectativas de los clientes. Las mediciones deben ser sistemáticas, han de tener una orientación pro-activa y no re-activa, y deben estar realizadas desde el punto de vista del cliente.
5. La Norma Internacional ISO: 9000-2000 plantea algunos conceptos relacionados con el aseguramiento de la calidad para los procesos de medición, sin embargo, estos están dirigidos en una gran proporción a la medición, no obstante, los criterios de medición, proceso y equipo de medición son aplicables al objeto de investigación.
6. Fatzer (2000), clasifica la medida de la calidad en tres niveles:

Cliente: índice de satisfacción, tasa desfavorables o favorables.

Producto/Servicio: Indicador de conformidad o de no conformidad con las referencias. Este indicador puede medirse por los documentos de referencia, especificación, manual de procesos, o contrato cliente- proveedor. Esto es válido para muchas “Relaciones cliente- proveedor” internas a la empresa y que a menudo no se tienen en cuenta.

Proceso: Este se medirá por sus niveles de defectos, averías, rechazos, errores, etc.

1.3.7. Modelos de Calidad

1.3.7.1. Modelo SERVQUAL

Es un instrumento de escala múltiple con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio, identificando el término escala con una clasificación de preguntas. Por lo tanto, consistía en un cuestionario con preguntas estandarizadas

desarrollado en los Estados Unidos con el apoyo del Marketing Science Institute llamado escala SERVQUAL.

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1993) expresa que este instrumento se construye con el fin de identificar primero los elementos que generan valor para el cliente y a partir de esta información revisar los procesos con el objeto de introducir áreas de mejora Como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre este se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente (positivamente) la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores (superiores) a las expectativas que tenía.

Por ello las compañías de servicios en las que uno de sus objetivos es la diferenciación mediante un servicio de calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes. Si la calidad de servicio es función de la diferencia entre percepciones y expectativas, tan importante será la gestión de unas como de otras. Para su mejor comprensión, Parasuraman, et al. (1993)

Analizaron cuáles eran los principales condicionantes en la formación de las expectativas. Tras su análisis, concluyeron que estas condicionantes eran la comunicación boca-oído entre diferentes usuarios del servicio, las necesidades propias que desea satisfacer cada cliente con el servicio que va a recibir, las experiencias pasadas que pueda tener del mismo o similares servicios, y la comunicación externa que realiza la empresa, usualmente a través de publicidad o acciones promocionales.

1.3.7.2. Modelo SERVPERF

Cronin & Taylor (1992-1994) presentaron su escala SERVPERF, la cual evalúa solamente las percepciones del cliente sobre la calidad del servicio. De acuerdo a estos autores, la conceptualización y medición de la calidad de servicio, percibida basada en el paradigma de la desconfirmación, son erróneas por lo tanto sugieren que estas se deben medir a partir de las percepciones del cliente ya que al ser considerada esta una actitud debería medirse como tal.

Bolton & Drew (1991) y otros autores abogan por este modelo que intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida sin definir correctamente el tipo y el nivel de expectativas de desempeño. El modelo SERVPERF que ellos proponen; mide las mismas dimensiones que el SERVQUAL, con la gran diferencia

que tal como se mencionó anteriormente la escala no mide las expectativas del cliente, lo cual reduce en un 50% el número de ítems que deben ser medidos.

En conclusión, la escala es la misma, lo que varía es el enfoque en la evaluación y las preguntas en los instrumentos (Duque, 2005). Según Cronin & Taylor sostienen que la escala SERVPERF presenta superioridad teórica y estadística en comparación al SERVQUAL.

1.3.7.3. Modelo CALSUPER

Se basa en la percepción del cliente, se consideró este modelo porque permite obtener resultados cuyos factores se encuentran enmarcados en las 4 dimensiones definidas por el mismo, evidencias físicas, fiabilidad, interacción personal y políticas, las cuales son objetivas de medir y cuyo resultado representa un insumo importante que puede ser manejado por las empresas, los que les permitirá evaluar y de ser necesario redefinir sus estrategias para lograr la lealtad de los clientes y que consecuentemente, le representara en el futuro beneficios económicos.

1.3.7.4. Modelo de Brechas del Servicio

Zeithaml & Bitner (2002) explica que existen 5 brechas en el servicio. Que deben ser cerradas. La brecha 1 del proveedor no sabe lo que el cliente espera esta brecha marca la distancia entre las expectativas del cliente y las percepciones de la empresa sobre las expectativas del cliente. La empresa debe de aplicar técnicas de interactuar directamente con los clientes para conocer a fondo sus expectativas y cerrar dicha brecha.

Brecha 3: Proveedor no entrega el servicio de acuerdo con los estándares.

Esta brecha es la discrepancia entre el servicio brindado por los empleados de la empresa y las normas de servicio establecidas para el cliente, es decir cuando el cliente no sale satisfecho por mala calidad en el servicio del recurso humano de la empresa. La empresa debe de entrenar, motivar y evaluar constantemente a su personal para cerrar esta brecha.

Razones claves por los que generan la brecha del proveedor: Deficiencia en las políticas de recursos humanos, la oferta y la demanda no son iguales, los clientes no llevan a cabo su papel y problemas con los intermediarios del servicio.

1.3.7.5. Modelo de calidad de servicio de Bolton y Drew

Bolton & Drew, presenta un modelo de calidad de servicio percibida como una función de la no conformación de las expectativas mediante las percepciones de niveles de resultados de los componentes, dando como resultado la satisfacción e insatisfacción del cliente. Para los autores un determinante clave de la calidad de servicio es el desajuste entre resultado y expectativas. La calidad del servicio es una actitud frente a la empresa y todos sus servicios, mientras que la satisfacción se expresa con respecto al servicio ofrecido si es de calidad se percibirá positivamente y mejoraran las intenciones de comportamiento de los clientes.

1.3.7.6. Modelo de calidad de servicio de Bitner.

Bitner (1990) define la calidad percibida como una consecuencia de la experiencia de satisfacción e insatisfacción. La autora señala que el paradigma no confirmatorio se da entre el resultado de la presentación del servicio y las expectativas iniciales del mismo afectando la experiencia de satisfacción e insatisfacción y posteriormente a la calidad de servicio percibida, derivándose de esta última la comunicación boca-oído, el cambiar de servicio y la fidelidad.

1.3.8. Teorías de la Calidad

1.3.8.1. Teoría de la calidad según Phill Crosby

La respuesta de Crosby a la crisis de la calidad fue el principio de hacerlo correctamente la primera vez. Incluye 4 principios básicos:

- a) La definición de la calidad está de acuerdo a las necesidades.
- b) El sistema de calidad es prevención y no la corrección.
- c) El estándar de la realización es cero defectos.
- d) La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.

La metodología que empleo Crosby para implementar la calidad es tener muy bien definidos los pasos que deben seguirse para que una organización se implemente el proceso del mejoramiento de la calidad:

- a) Compromiso de la Dirección.
- b) Equipo para el mejoramiento de la calidad.
- c) Medición
- d) Costo de la calidad.

- e) Conciencia sobre la calidad.
- f) Acción correctiva
- g) Planeación de día de cero defectos.
- h) Educación al personal.
- i) Fijación de metas.
- j) Eliminación de las causas de error.
- k) Reconocimiento
- l) Consejos de calidad.
- m) Repetición de todo el proceso.

1.3.8.2. Teoría de Edward Deming.

Fue el más importante en el estudio de la calidad, logró cambiar la mentalidad de los japoneses al hacerles entender que la calidad es un arma estratégica.

Deming mejoró el círculo de calidad propuesto por Shewhart, el cual consiste en localizar el problema y atacar de raíz, a través de 4 etapas las cuales son Planear, Hacer, Verificar y actuar

Así mismo recalca un compromiso con el mejoramiento de la calidad. Para esto se debe designar recursos para la innovación, capacitación, educación e investigación siempre con el fin de mejorar la calidad.

Puntos de Deming para lograr la Calidad Total:

- a) Adoptar una nueva filosofía es adoptar una conciencia de calidad.
- b) Dejar de confiar en el control de calidad tradicional, y en la inspección masiva.
- c) No basarse en los precios sino en la calidad.
- d) Mejorar constantemente y por siempre el sistema de producción y servicios.
- e) Instituir la capacitación.
- f) Adoptar e instituir el liderazgo.
- g) Eliminar el temor e inculcar seguridad en la gente.
- h) Eliminar las barreras que impidan el trabajo en equipo.
- i) Eliminar slogan.
- j) Eliminar estándares.
- k) Eliminar barreras que impidan alcanzar el orgullo al trabajador.
- l) Instituir un activo programa de educación.

m) Implicar a todo el personal en la transformación.

1.3.8.3. Teoría de la calidad según Shigero Mizuno

Este autor propone el despliegue de las políticas de calidad como el enlace entre la alta administración y las decisiones estratégicas de la organización con la operación de la misma.

1.3.8.4. Teoría de Feigenbaum

Es el creador del concepto de la calidad, sostiene que la calidad no solo es responsabilidad de los gerentes de la empresa sino de todo el personal que labora en la misma y todos los empleados para poder lograrla. Para así construir la calidad desde las etapas iniciales y no cuando ya todo está hecho.

También sostiene que los métodos individuales son parte de un programa de control, afirma que el decir calidad no significa mejor sino el mejor servicio y precio para el cliente.

1.3.8.5. Teoría de Jan Carlzon

Es conocido como uno de los especialistas más importantes en el área de servicios, desarrolló un programa de administración de la calidad para empresas especialmente de servicios.

La estrategia de la calidad de Carlzon trata de documentar todos los pasos que el cliente debe seguir para recibir el servicio, llamándolo el ciclo del servicio, en el cual afirma que una persona sin información no es capaz de asumir responsabilidades y no es de gran ayuda para el éxito de la empresa ya que todo dependerá de la forma en que el empleado actúe, ya sea libre, con carisma o todo lo contrario.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de calidad en el servicio de atención al cliente en la empresa Proyectos La Selva S.R.L. de la ciudad de Jaén – Cajamarca 2016?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Ñaupas (2012) indica que la justificación se clasifica desde el punto de vista teórico, metodológico, social y práctico.

Desde un punto de vista teórico la investigación se fundamenta en las bases teóricas definidas por el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml; por lo que los hechos encontrados son fundamentales de manera teórica para respaldar la investigación en función a lo dicho por distintos autores.

Desde un punto de vista metodológico la investigación es de tipo descriptivo propositivo y su diseño es no experimental transversal, la técnica que se utilizará es la encuesta que se aplicará a los clientes de Proyectos La Selva; además la presente investigación sirve de fuente de información de tal forma que se pueda tomar en cuenta para otras organizaciones similares en tema de información del cliente chiclayano y jaeno; sirviendo de marco referencial para mejorar la relación con sus clientes.

Desde el punto de vista social se beneficia la organización, los trabajadores y los clientes; porque se observa la calidad que se brindó a los clientes, y se mejoró la atención, y finalmente el personal tendrá conocimiento de la razón de ser de su puesto, lo cual permitirá una gestión eficiente y eficaz, atendiendo todas las necesidades y expectativas de los usuarios.

Desde el un punto de vista práctico el interés científico de la presente investigación se basa en la importancia del diagnóstico de la calidad del servicio; y cuáles son los resultados que estos están generando en su entorno; por lo que la presente investigación aportará soluciones al proceso de atención al usuario y a la mejora en la gestión.

1.6 Hipótesis

Si se diagnóstica la calidad servicio entonces mejorará la atención al cliente en la empresa Proyectos la Selva S.R.L. De la ciudad de Jaén- Cajamarca 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml.

1.7.2 Objetivos específicos

- a) Identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.
- b) Analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.
- c) Determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.

- d) Analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza.
- e) Identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.

II. MATERIAL Y MÉTODO

II.MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación es Descriptivo Propositivo.

Hernández (1998) manifiesta que los estudios descriptivos consisten en puntualizar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se muestra determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sujeto a análisis.

Ñaupas (2012) infiere que una investigación propositiva es una actuación crítica y creativa, caracterizado por planear opciones o alternativas de solución a los problemas suscitados por una situación.

2.1.2 Diseño de Investigación

Sampieri (2008) determina que una investigación con diseño no experimental es aquella que identificará un conjunto de entidades que representan el objeto del estudio, se procede a la observación de los datos y en la que se efectúan sin la manipulación deliberada de variables.

$$\mathbf{M} \rightarrow \mathbf{O}$$

Dónde:

M: Muestra de sujetos participantes en la investigación

O: Observación de la muestra observada

2.2.Métodos

Investigación descriptiva: permita ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos.

Investigación analítica: establece la comparación de variables entre grupos de estudios y de control sin aplicar o manipular las variables.

2.3.Población y muestra.

2.3.1. Población

La población en estudio fue constituida por todo el personal de la empresa Proyectos La Selva, Jaén- Chiclayo conformada por 10 trabajadores de la empresa y 300 usuarios de la provincia de Jaén y Lambayeque.

2.3.2. Muestra

La muestra fue de tipo censal, solo se aplicó a los 10 empleados que laboran en la Proyectos La Selva, Jaén- Chiclayo.

Para obtener la muestra se aplicó la siguiente formula por ser población finita.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N - 1) + Z^2(p \times q)}$$

Dónde:

N= es el total de la población = 300 clientes

p= 0.50

q = 0.50

Z= Nivel de confianza al 95% = 1.96

e= 0.05

$$= \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 300}{0.05^2(300-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$= 130 \text{ clientes}$$

Se utilizó un nivel de confianza de 95% y un error de estimación de 5 % para una población de 300 clientes, se ha obtenido encuestar a por lo menos 130 clientes para recopilar la información necesaria que se requiere en la investigación.

2.4.VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

2.3.1. Variables

Variable Independiente: Calidad de atención al cliente

2.3.2. Operacionalización

Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente Calidad de servicio

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores(item)	Índice	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos
Calidad de servicio	Tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.	1. La empresa tiene equipos de apariencia moderna.	Total acuerdo	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.	Acuerdo	
		3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.	Indiferente	
		4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.	Desacuerdo	
		5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	Total desacuerdo	
	Fiabilidad: Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa	6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	Total acuerdo	
		7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.	Acuerdo	
		8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez.	Indiferente	
		9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	Desacuerdo	
		10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio	Total desacuerdo	
	Capacidad de respuesta: Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida	11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle.	Total acuerdo	
		12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado.	Acuerdo	
		13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio.	Indiferente	
		14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	Desacuerdo	
		15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	Total desacuerdo	
	Seguridad: Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados así como su habilidad para transmitir confianza al cliente	16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.	Total acuerdo	
		17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	Acuerdo	
		18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.	Indiferente	
		19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	Desacuerdo	
		20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	Total desacuerdo	
	Empatía: Atención individualizada al cliente	21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente	Total acuerdo	
		Acuerdo		
		Indiferente		
		Desacuerdo		
		Total desacuerdo		

Fuente: Elaboración propia

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

2.4.1 Técnica de recolección de datos

La encuesta, estadísticamente representativa será la técnica que se empleará para obtener información ya que tiene una gran capacidad para estandarizar datos, lo que a su vez permite su tratamiento informático y la generalización de los mismos.

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Se realizó primero la operacionalización de variables que es la que determinó las dimensiones e indicadores de estudio para realizar el cuestionario respectivo.

Cuestionario

Es un listado de preguntas, generalmente escritas que el encuestado contestó sin necesidad de identificación. Es el instrumento básico de obtención de información en la técnica de la encuesta. Para la investigación se aplicó un cuestionario de 22 preguntas y de acuerdo a los indicadores de la operacionalización.

2.4.3 Validez

No se procedió a validar por expertos ya que los instrumentos cuentan con estudios realizados donde los autores han corroborado su validez tanto para el instrumento de calidad de servicio como para el de satisfacción del cliente externo.

2.4.4 Confiabilidad

Para la confiabilidad se aplicó una prueba piloto a 20 clientes externos, luego de aplicada la prueba se realizó el vaciado de información al software SPSS Versión 22, donde se obtuvo el alfa de Cronbach (0,874) por lo tanto se concluye que la confiabilidad del instrumento es muy alta y el cuestionario cumple con el nivel de confiabilidad deseado.

2.5 Procedimientos de análisis de datos

El procedimiento para la recolección de los datos se determinó por la siguiente ruta investigativa.

2.5.1. Aplicación de encuesta

Se realizó la aplicación de la encuesta en la empresa tomando en cuenta a los clientes que han realizado una compra a Proyectos La Selva SRL, a estos clientes se les explicó cada uno de los puntos de la encuesta; y que toda información es netamente confidencial; se les asignó un tiempo prudente para la entrega de los instrumentos.

2.6 Aspectos éticos

Observación participante: Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

Confidencialidad: la información brindada por los elementos que conforman la muestra es tratada con total confidencialidad a la cual tienen acceso el investigador de proyecto y las personas que participaron en la muestra.

Consentimiento informante: Los participantes se encuentran de acuerdo a ser informantes a las diferentes necesidades requeridas para el proyecto de tesis y reconocieron sus derechos y responsabilidades.

2.7 Criterios de Rigor científico

Igualmente, los criterios de rigor científico que se tomarán en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, L.; Alcaraz-Moreno, Rojas, J. y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se detallan:

- a) **Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad:** Conllevarán a los resultados de las variables observadas y estudiadas mediante el reporte de los resultados sean reconocidos como verdaderos por los participantes; permanentemente se ejecutará la observación de las variables en su propio escenario y; donde se procederá a detallar la discusión mediante el proceso de la triangulación.
- b) **Transferibilidad y aplicabilidad:** La obtención de los resultados generará valiosa información para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad. Se detallará el procedimiento desde el contexto donde se ejecutará la investigación incluyendo quienes serán los participantes en la investigación.
 1. Con lo referido a la recogida de los datos se determinará mediante el muestreo teórico, ya que se codificará y analizará de forma inmediata la información proporcionada. Por último, se procederá a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada mediante el cuestionario, la observación y la documentación.
- c) **Consistencia para la replicabilidad:** Se tendrán los resultados a partir de la investigación mixta. Para determinar la consistencia de la investigación se

efectuará la triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión. El cuestionario a emplear para el recojo de la información será certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias. Se detallará la coherencia del proceso de la recogida de los datos con su respectivo análisis e interpretación de los mismos, mediante el uso de los enfoques de la ciencia (empírico, crítico y vivencial).

- d) Confirmabilidad y neutralidad:** Los resultados que se determinen de la investigación tendrán veracidad en la descripción. La veracidad radicará en que los resultados serán contrastados con la literatura existente; con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional que tengan similitudes con las variables estudiadas con una antigüedad de cinco años.
- e) Relevancia:** Se investigará siempre con el propósito de alcanzar el logro de los objetivos planteados para la obtención de un mejor estudio de las variables y su amplia comprensión.

III.RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Tabla 2. La empresa tiene equipos de apariencia moderna

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	21	16,2
<i>Insatisfecho</i>	79	60,8
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	17	13,1
<i>Satisfecho</i>	10	7,7
<i>Muy satisfecho</i>	3	2,3
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca, 2016.

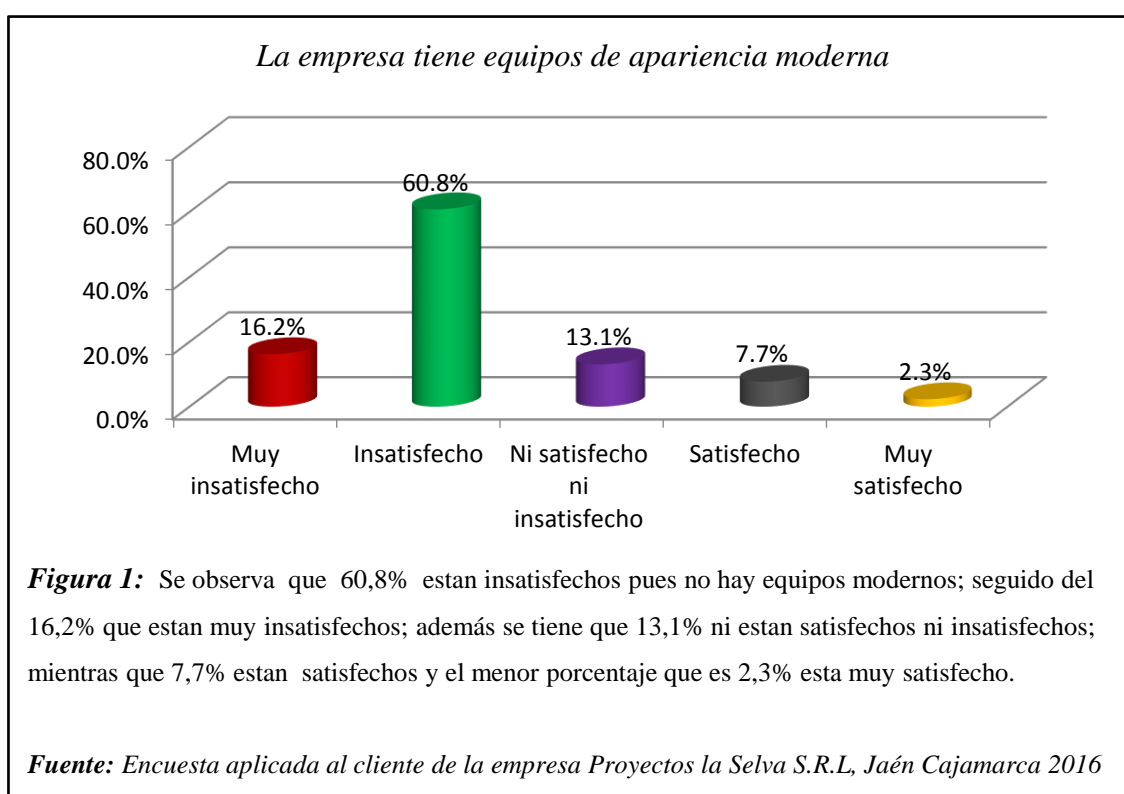


Tabla 3. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	24	18,5
<i>Insatisfecho</i>	46	35,4
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	35	26,9
<i>Satisfecho</i>	25	19,2
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca, 2016.

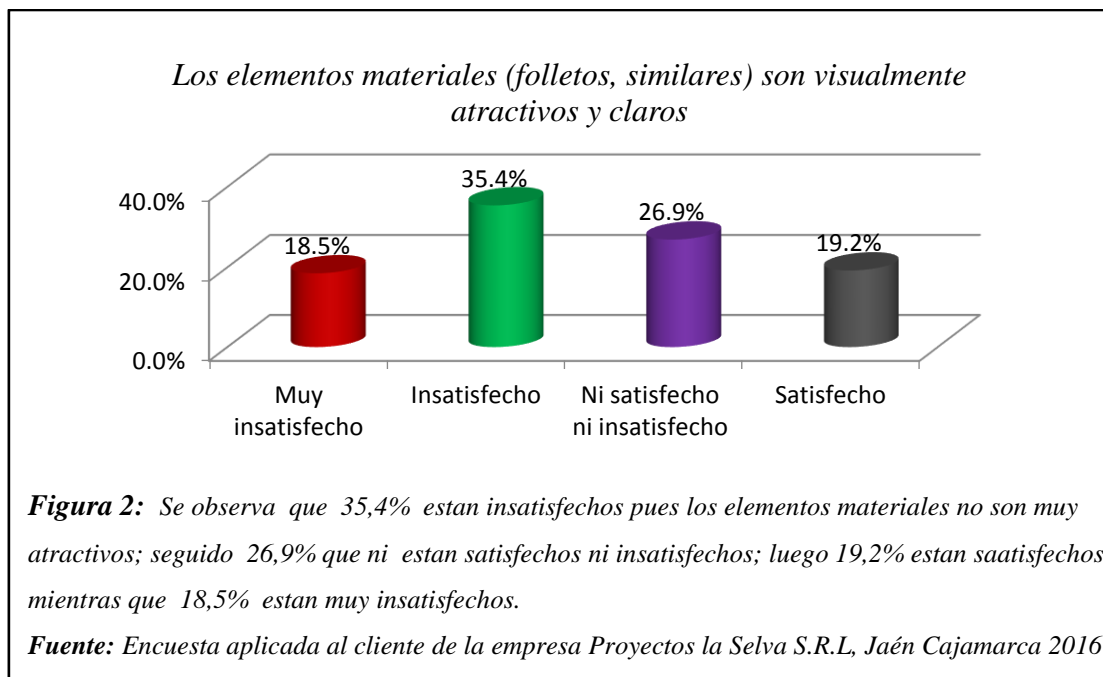


Tabla 4. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	15	11,5
<i>Insatisfecho</i>	79	60,8
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	20	15,4
<i>Satisfecho</i>	3	2,3
<i>Muy satisfecho</i>	13	10,0
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca, 2016.

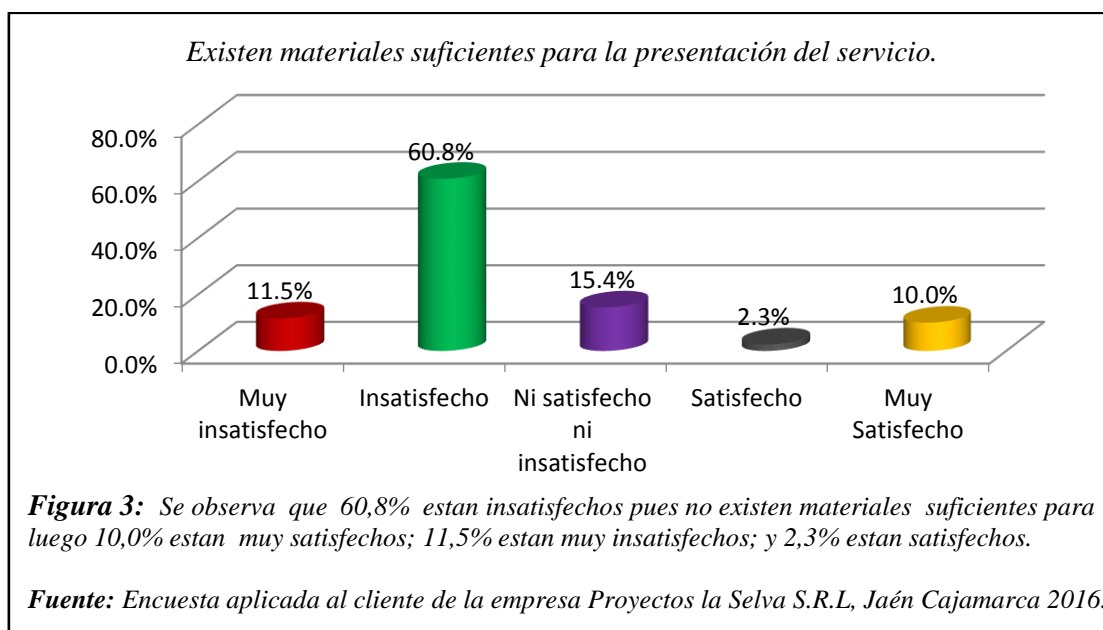


Tabla 5. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	18	13,8
<i>Insatisfecho</i>	45	34,6
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	38	29,2
<i>Satisfecho</i>	29	22,3
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

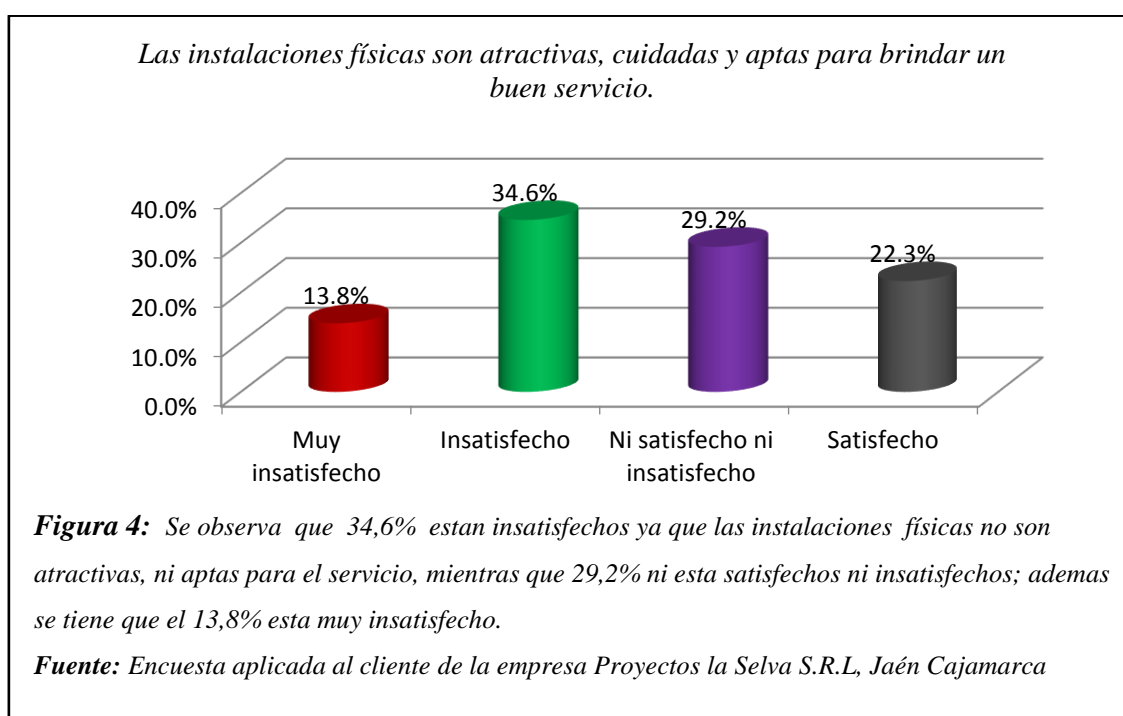


Tabla 6. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	21	16,2
<i>Insatisfecho</i>	54	41,5
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	43	33,1
<i>Satisfecho</i>	12	9,2
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

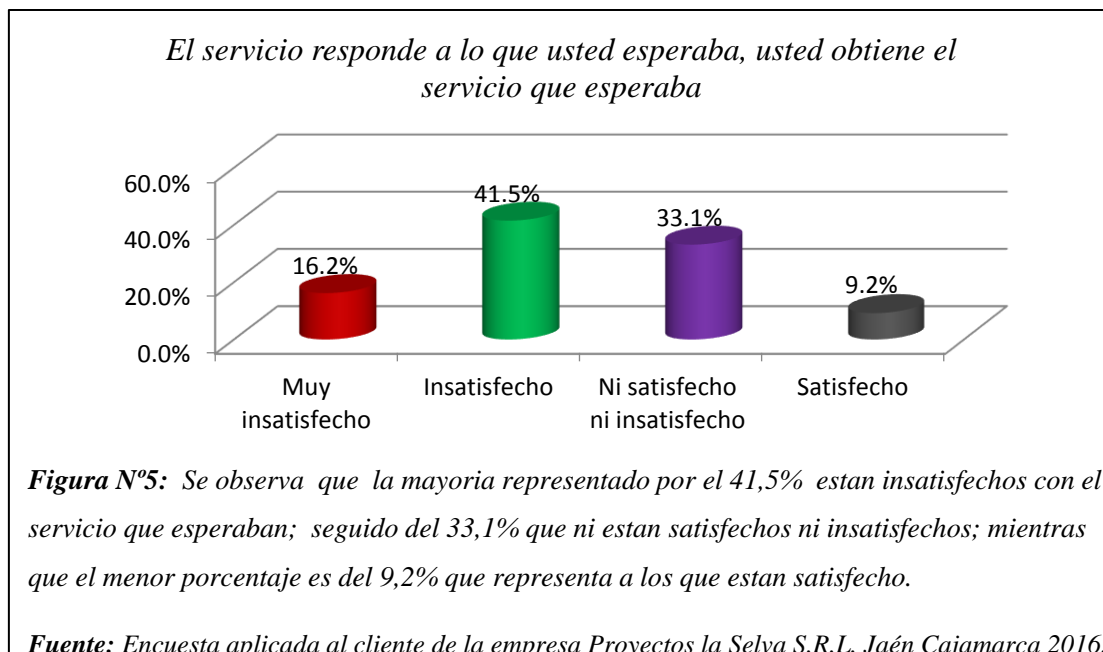


Tabla 7. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple

	Frecuencia	Porcentaje
<i>Muy insatisfecho</i>	19	14,6
<i>Insatisfecho</i>	68	52,3
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	26	20,0
<i>Satisfecho</i>	17	13,1
Total	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016

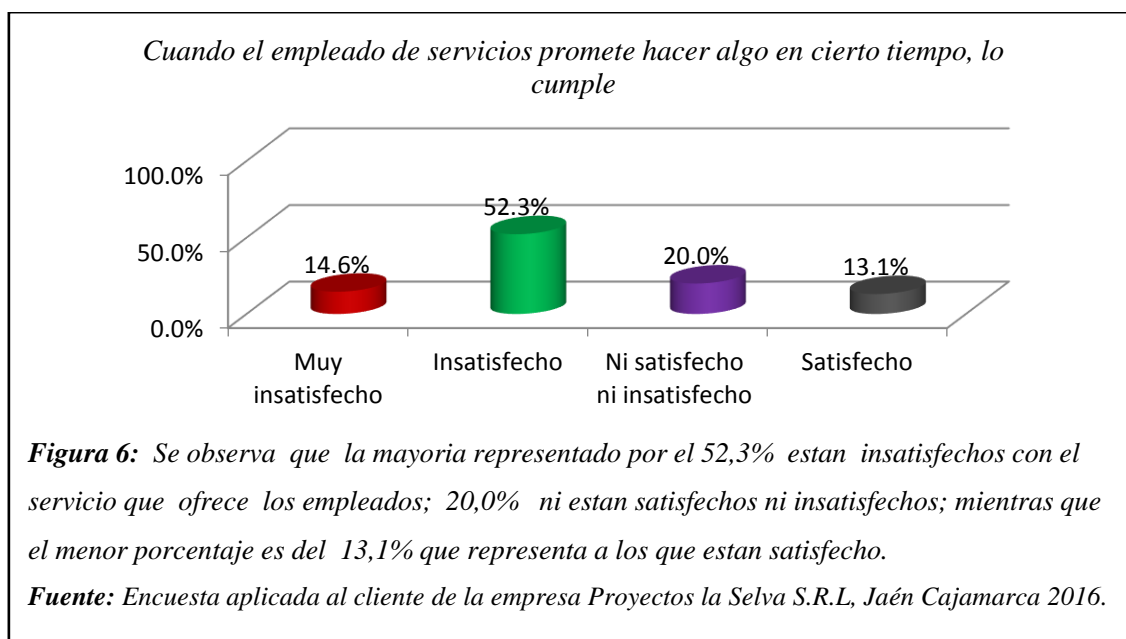


Tabla 8. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	20	15,4
<i>Insatisfecho</i>	62	47,7
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	43	33,1
<i>Satisfecho</i>	5	3,8
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

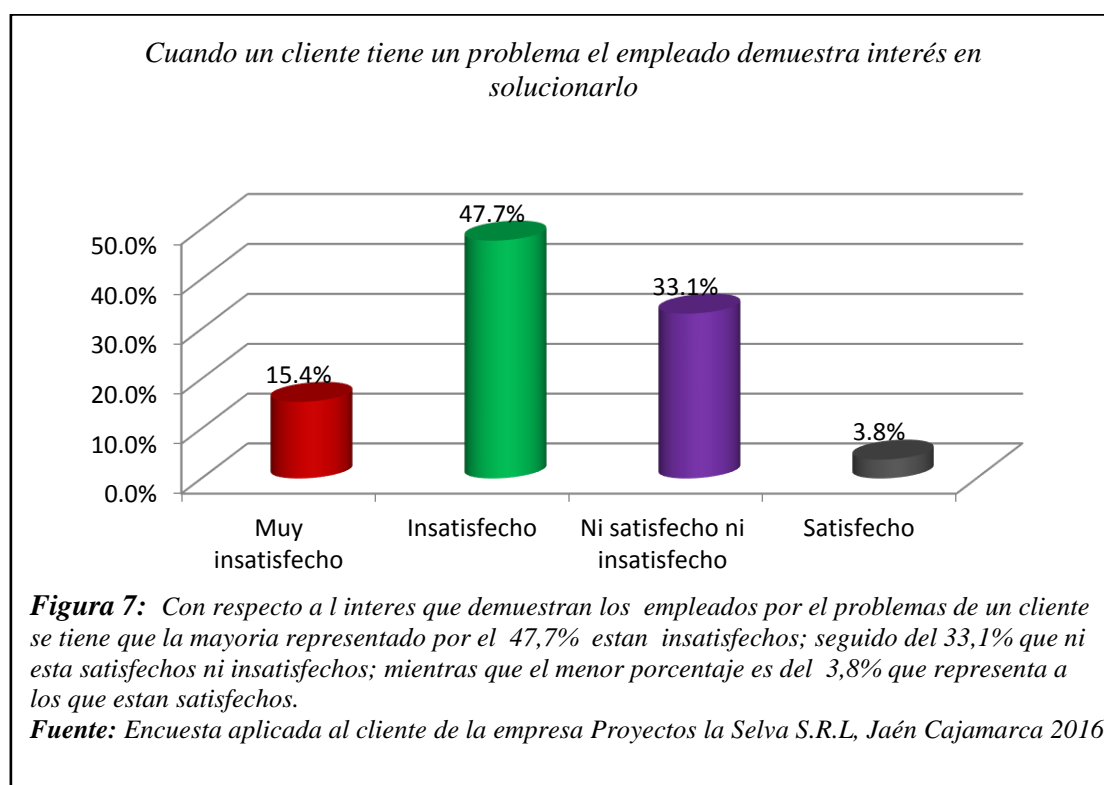


Tabla 9. El empleado realiza bien el servicio la primera vez

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	21	16,2
<i>Insatisfecho</i>	52	40,0
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	22	16,9
<i>Satisfecho</i>	35	26,9
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

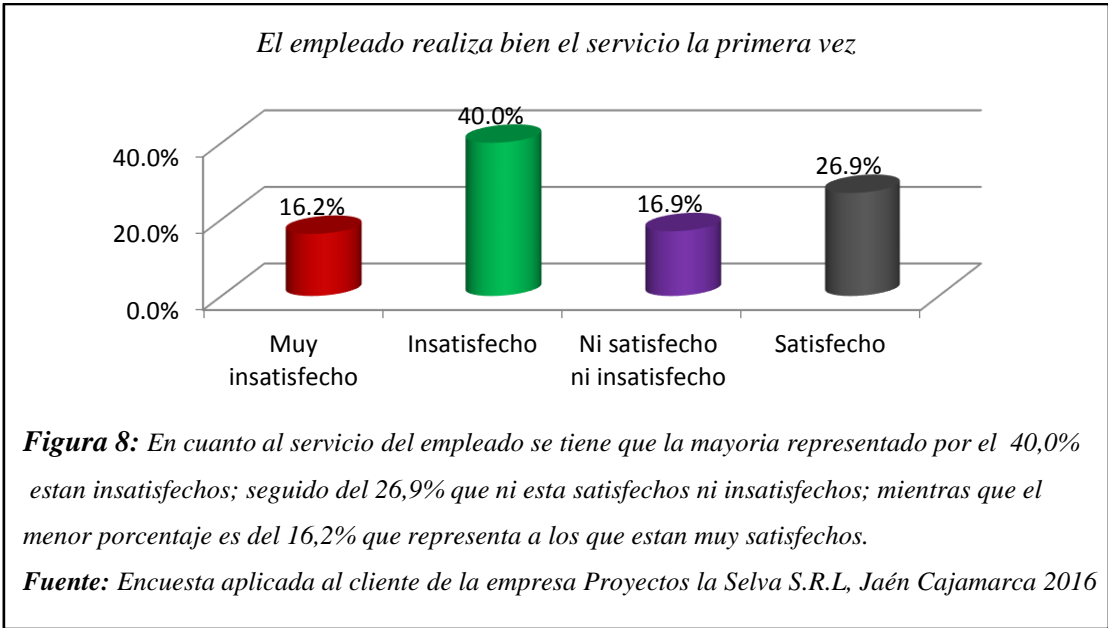


Tabla 10. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	20	15,4
<i>Insatisfecho</i>	43	33,1
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	28	21,5
<i>Satisfecho</i>	39	30,0
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

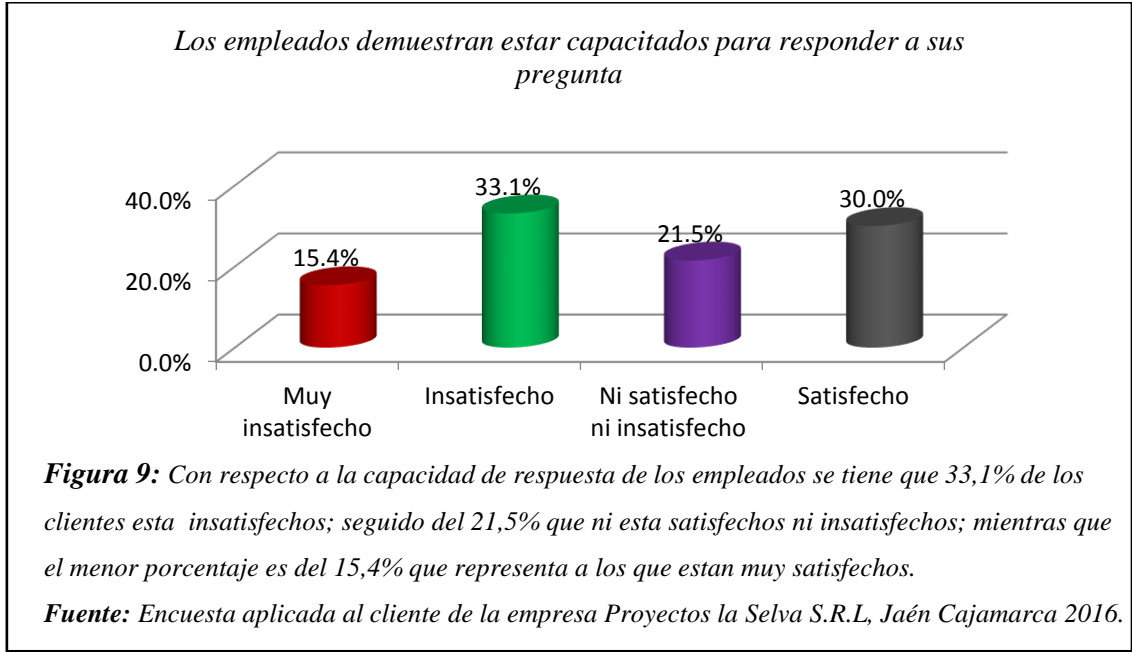


Tabla 11. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	20	15,4
<i>Insatisfecho</i>	57	43,8
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	33	25,4
<i>Satisfecho</i>	20	15,4
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

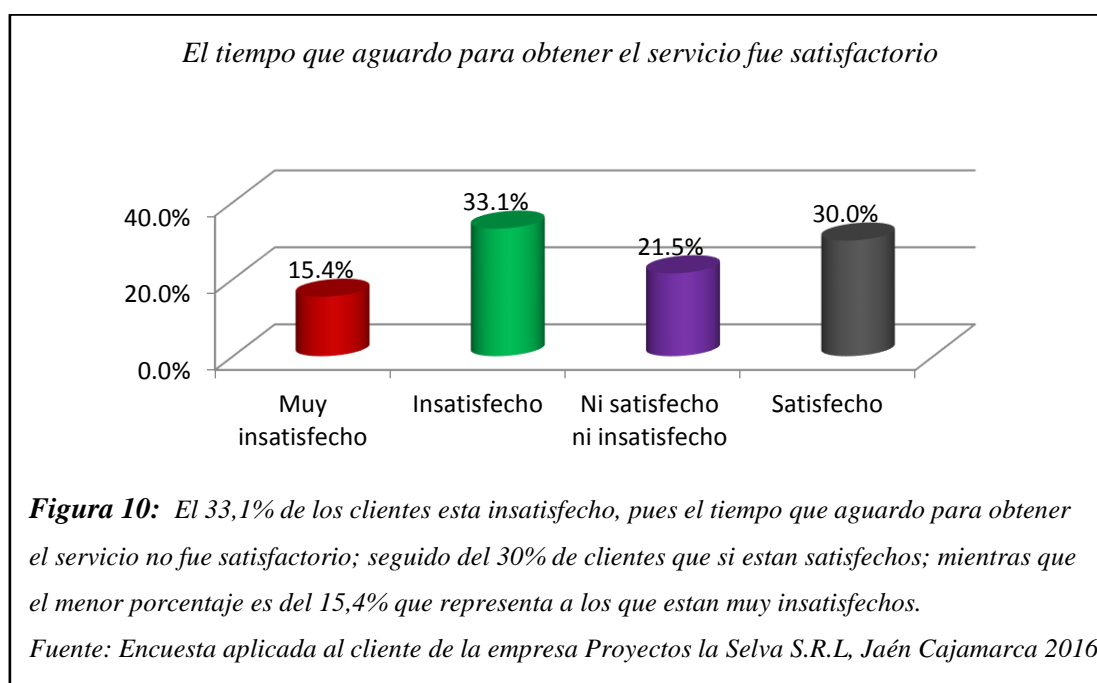


Tabla 12. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	23	17,7
<i>Insatisfecho</i>	50	38,5
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	42	32,3
<i>Satisfecho</i>	15	11,5
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

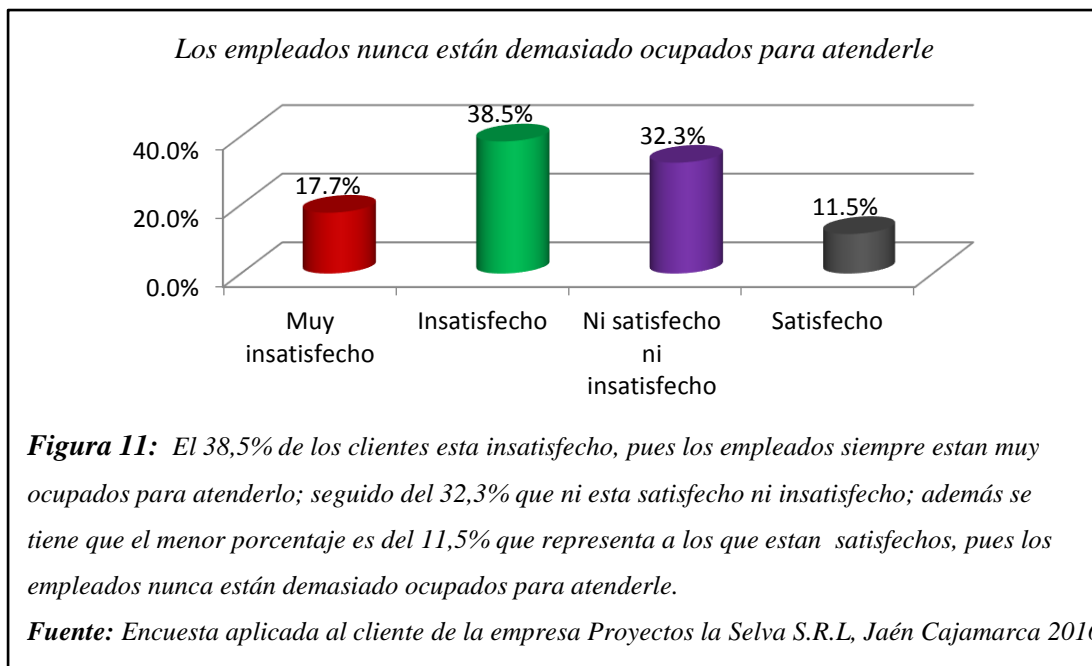


Tabla 13. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado

	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	27	20,8
Insatisfecho	64	49,2
Ni satisfecho ni insatisfecho	27	20,8
Satisfecho	12	9,2
Total	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

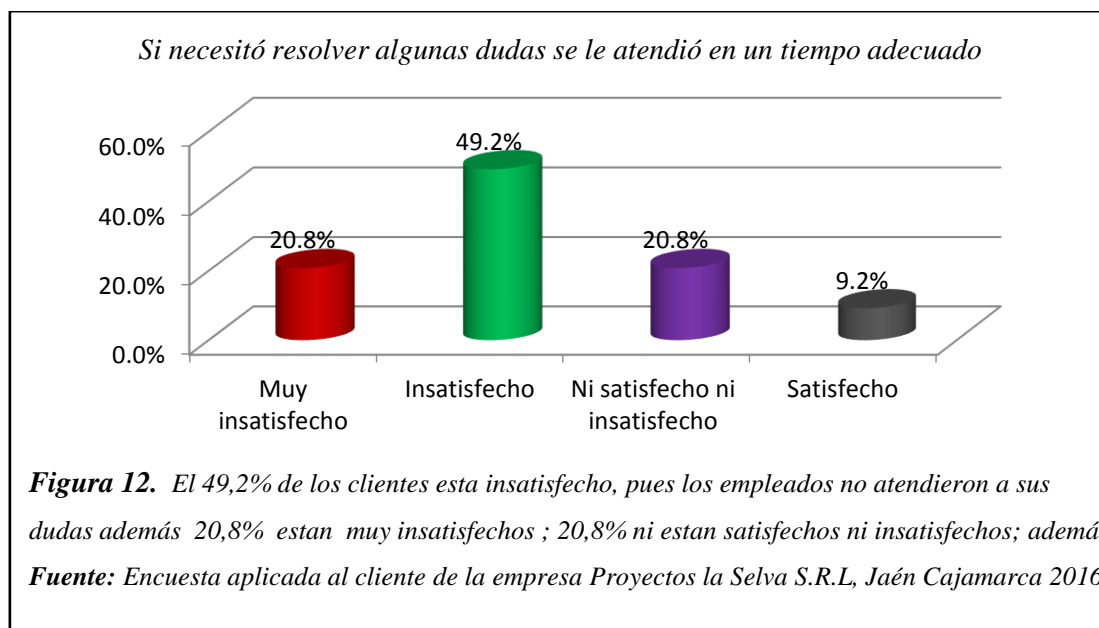


Tabla 14. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto

	Frecuencia	Porcentaje
<i>Muy insatisfecho</i>	25	19,2
<i>Insatisfecho</i>	36	27,7
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	40	30,8
<i>Satisfecho</i>	29	22,3
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

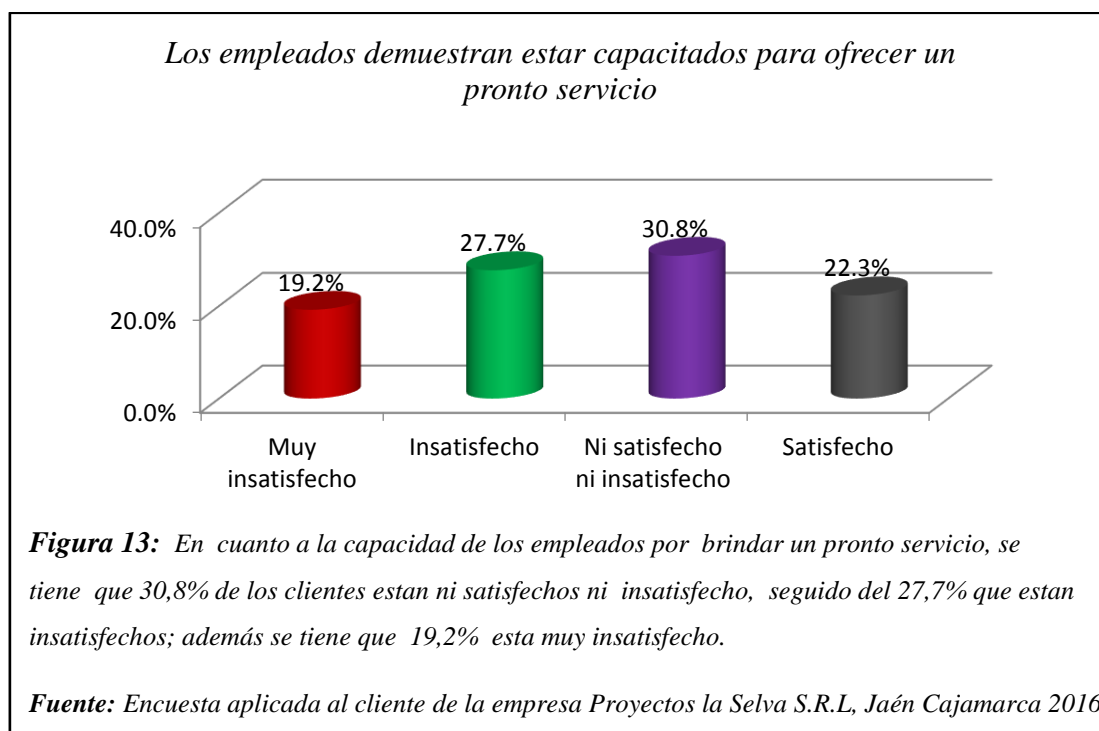


Tabla 15. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
<i>Muy insatisfecho</i>	23	17,7
<i>Insatisfecho</i>	54	41,5
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	41	31,5
<i>Satisfecho</i>	12	9,2
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes

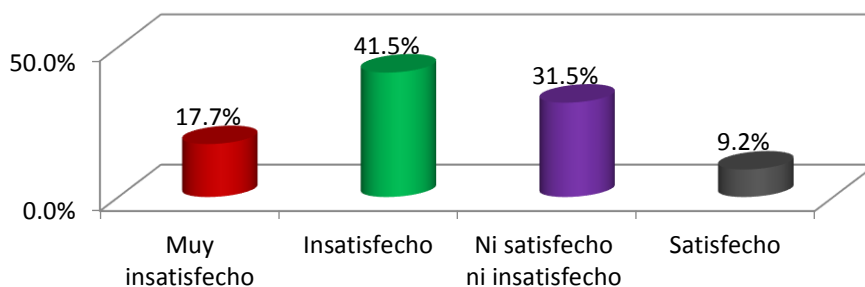


Figura 14. 41,5% de los clientes están insatisfechos pues los empleados no muestran predisposición para ayudar a los clientes; seguido del 31,5% que ni está satisfecho ni insatisfecho; además se tiene que 9,2% está muy satisfecho, siendo este el menor porcentaje.

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Tabla 16. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad

	Frecuencia	Porcentaje
<i>muy insatisfecho</i>	25	19,2
<i>Insatisfecho</i>	49	37,7
<i>Ni insatisfecho ni satisfecho</i>	46	35,4
<i>satisfecho</i>	10	7,7
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad

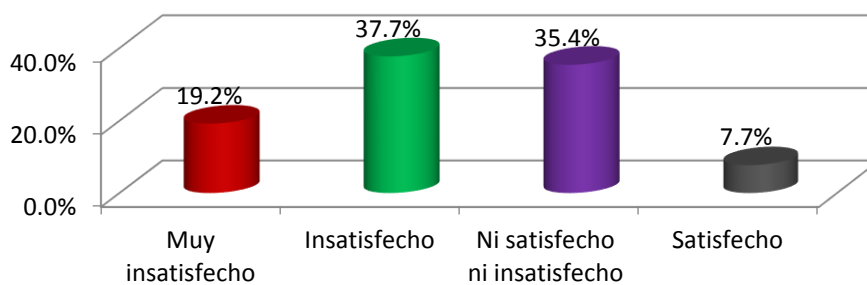


Figura 15: El 37,7% de los clientes están insatisfechos pues los empleados no le inspiran confianza ni seguridad; seguido del 35,4% de los clientes que ni están satisfechos ni insatisfechos; además se tiene que 7,7% está satisfecho, siendo este el menor porcentaje.

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Tabla 17. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	22	16,9
<i>Insatisfecho</i>	67	51,5
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	35	26,9
<i>Satisfecho</i>	6	4,6
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

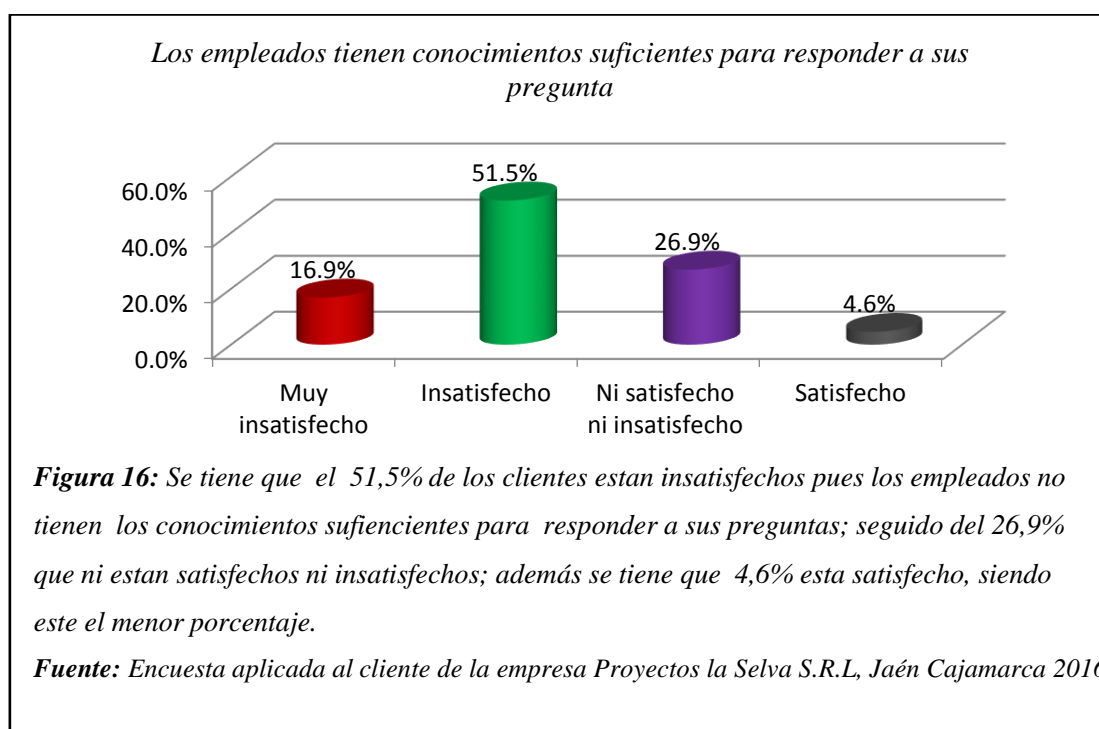


Tabla 18. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	25	19,2
<i>Insatisfecho</i>	58	44,6
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	25	19,2
<i>Satisfecho</i>	22	16,9
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes

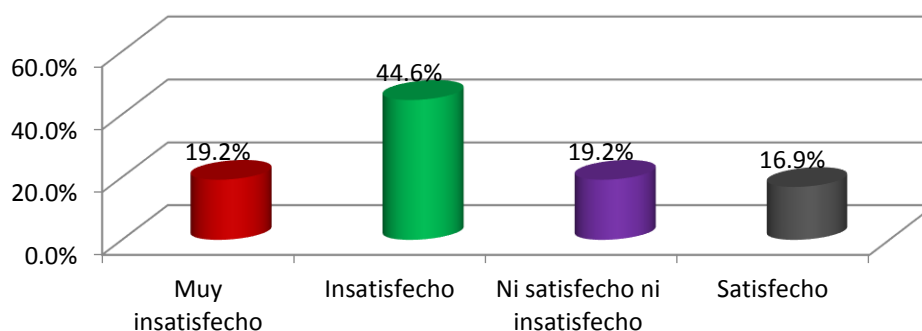


Figura 17. Se tiene que el 44,6% de los clientes están insatisfechos pues los empleados no demuestran igualdad con todos los clientes; el 19,2% de los clientes están muy insatisfechos y el 19,2% ni están satisfechos ni insatisfechos; además se tiene que el 16,9% están satisfechos siendo este el menor porcentaje.

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Tabla 19. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>muy insatisfecho</i>	15	11,5
<i>Insatisfecho</i>	79	60,8
<i>Ni insatisfecho ni satisfecho</i>	20	15,4
<i>satisfecho</i>	3	2,3
<i>Muy satisfecho</i>	13	10,0
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio

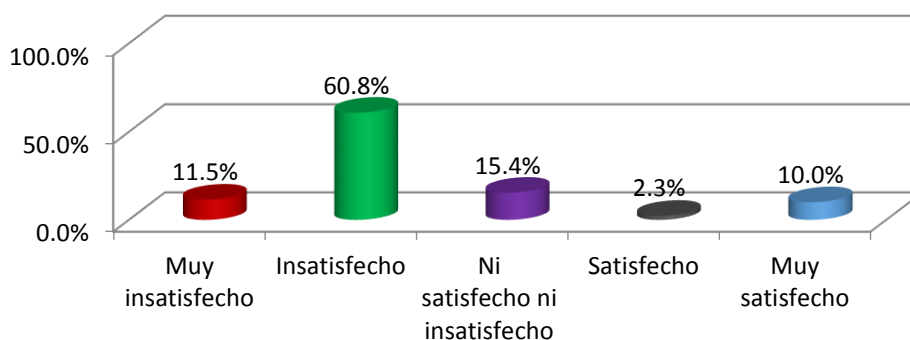


Figura 18: Se tiene que el 60,8% de los clientes están insatisfechos pues los empleados no demuestran capacidad de organización; el 15,4% de los clientes ni están satisfechos ni insatisfechos; además se tiene que el 2,3% están satisfechos siendo este el menor porcentaje.

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

Tabla 20. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	19	14,6
<i>Insatisfecho</i>	52	40,0
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	36	27,7
<i>Satisfecho</i>	23	17,7
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016

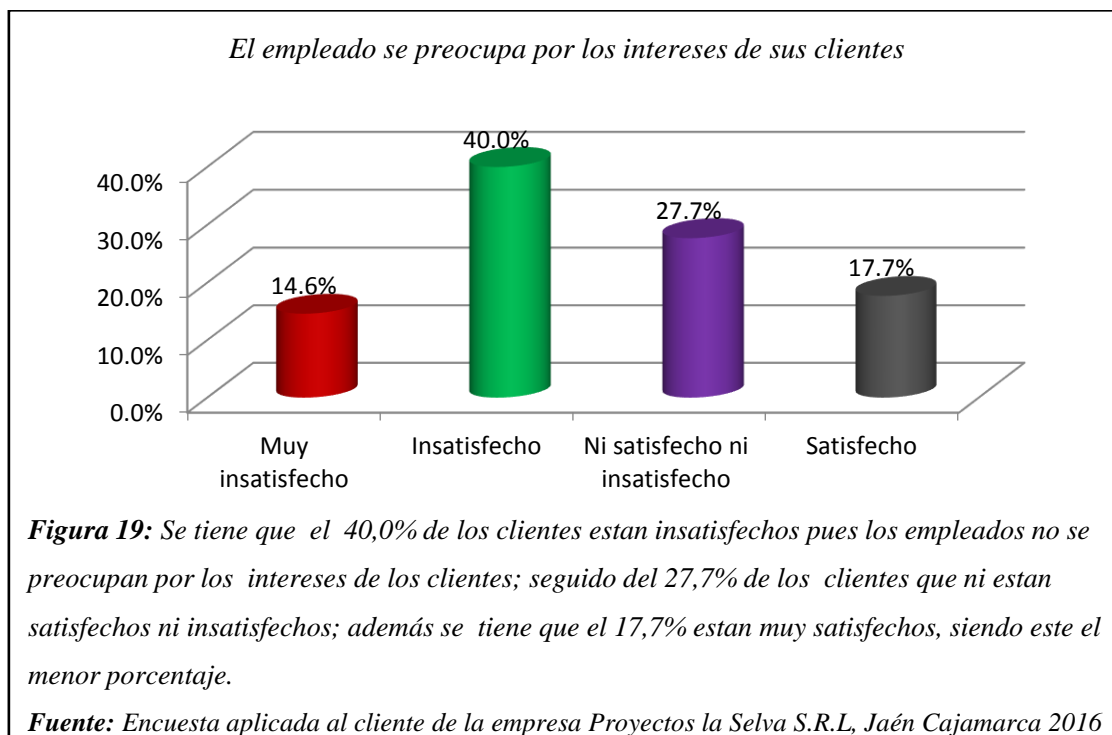


Tabla 21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	22	16,9
<i>Insatisfecho</i>	66	50,8
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	34	26,2
<i>Satisfecho</i>	8	6,2
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.

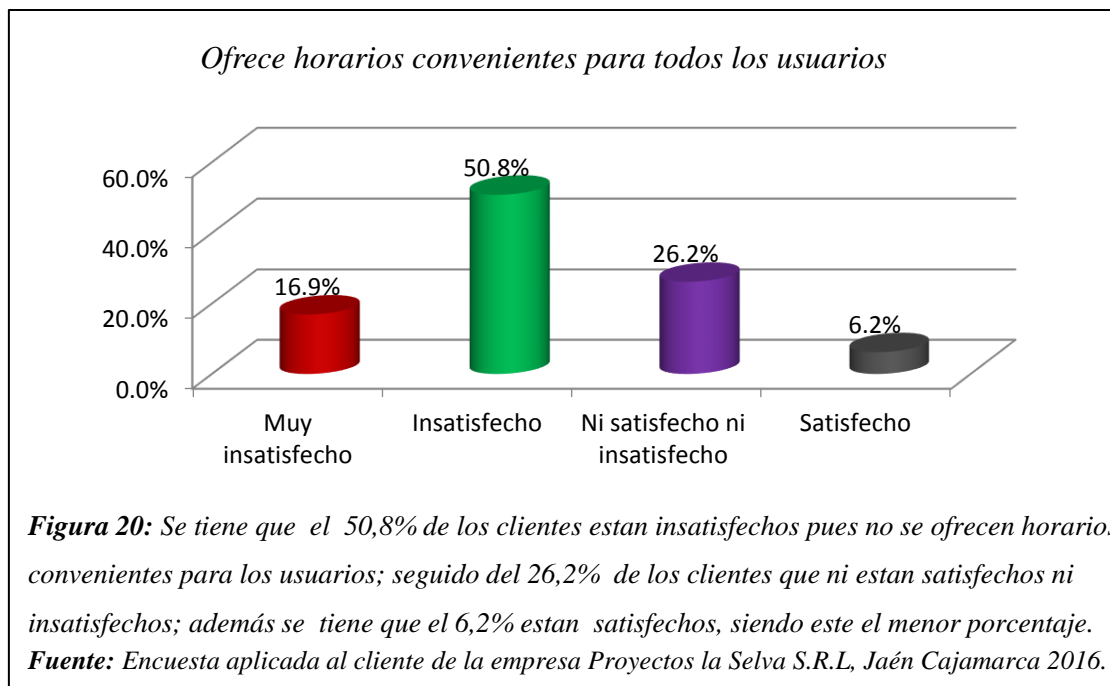
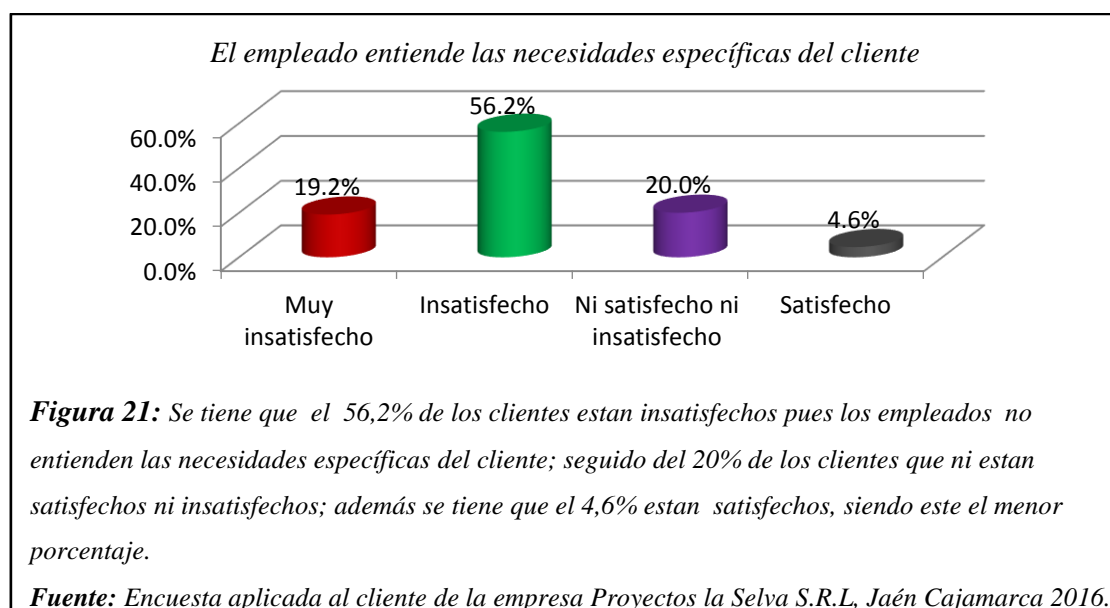


Tabla 22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Muy insatisfecho</i>	25	19,2
<i>Insatisfecho</i>	73	56,2
<i>Ni satisfecho ni insatisfecho</i>	26	20,0
<i>Satisfecho</i>	6	4,6
<i>Total</i>	130	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L, Jaén Cajamarca 2016.



3.2. Discusión de resultados

En la presente investigación donde se tiene por objetivo general; Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual en base a la teoría de los autores Parasuraman et al., 1988; Rust & Zahorik, 1993; Oliver (1999) quienes afirmaron que la satisfacción del cliente influye positiva y directamente en la lealtad del mismo.

En el primer objetivo específico que es identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.

En la Tabla N° 1; se observa que 60,8% de los encuestados están insatisfechos pues no hay equipos modernos mientras que el 2,3% de los encuestados está muy satisfecho ya que indican que si cuentan con una apariencia moderna. En la Tabla N° 3; se observa que 72,3% de los encuestados están insatisfechos y muy insatisfechos pues no existen materiales suficientes para la presentación del servicio; mientras que el 2,3% de los encuestados están satisfechos. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) manifiestan que los Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. Esta dimensión incluiría, por ejemplo, el aspecto del personal de contacto con el cliente, la decoración del local, la presentación de folletos.

En el segundo objetivo específico que es analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. En la Tabla N°5; se observa que el 41,5% de encuestados están insatisfechos con el servicio que esperaban; mientras que el 9,2% de los encuestados que representan a los que están satisfechos. Así como en la Tabla N°7; el 47,7% de los encuestados están insatisfechos ya que los empleados no demuestran interés en solucionar los problemas que se le presentan mientras que el menor porcentaje es del 3,8% que representa a los que están satisfechos. Así como En la tabla N°8; En cuanto al servicio del empleado se tiene que la mayoría representado por el 40,0% están insatisfechos; mientras que el menor porcentaje es del 16,2% que representa a los que están muy satisfechos. Contrastando con Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) señalan que la fiabilidad es la Habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable. Es decir, que el servicio se preste bien desde el principio y que la empresa cumpla con las promesas que haga. Este indicador trata de medir la habilidad para desarrollar el servicio prometido. La eficiencia y eficacia en la prestación del servicio.

En el tercer objetivo específico que es determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. En la tabla N°10; El 48,5% de los clientes está insatisfecho y muy insatisfechos, pues el tiempo que aguardo para obtener el servicio no fue satisfactorio; seguido del 30% de clientes que si están satisfechos. Así como en la Tabla N°12; El 80,0% de los clientes encuestados están insatisfecho y muy insatisfechos, pues los empleados no atendieron a sus dudas mientras que el 9,2% que representa a los que están satisfechos. Finalmente, en la Tabla N°14; el 41,5% de los clientes encuestados están insatisfechos pues los empleados no muestran predisposición para ayudar a los clientes; mientras que el 9,2% está muy satisfecho, siendo este el menor porcentaje. Estos resultados se contrastan con Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) añade que si la empresa mejora el grado de respuesta de los colaboradores llegara al 100 % de aceptación positiva logrando que el 5% de los encuestados indiferentes tengan una opinión positiva a corto plazo.

En el cuarto objetivo específico que es analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza. En la Tabla N°16 se observa que el 51,5% de los clientes observados están insatisfechos pues los empleados no tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas; mientras que el 4,6% está satisfecho, siendo este el menor porcentaje. Mientras en la Tabla N°17; se observa que el 44,6% de los clientes encuestados están insatisfechos pues los empleados no demuestran igualdad con todos los clientes; mientras que el 16,9% de los clientes encuestados están satisfechos; En la Tabla N° 18; se tiene que el 60,8% de los clientes están insatisfechos pues los empleados no demuestran capacidad de organización; el 15,4% de los clientes ni están satisfechos ni insatisfechos; además se tiene que el 2,3% están satisfechos siendo este el menor porcentaje. Estos resultados se contrastan con lo que dice Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) indican que la seguridad: conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

En el quinto objetivo específico que es identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. En la Tabla N°19; se observa que el 40,0% de los clientes encuestados están insatisfechos pues los empleados no se preocupan por los intereses de los clientes; mientras que el 17,7% están muy insatisfechos, siendo este el menor porcentaje. En la Tabla N°20; se observa el 50,8% de los clientes encuestado están insatisfechos pues no se ofrecen horarios convenientes para los usuarios;

mientras tiene que el 6,2% están satisfechos, siendo este el menor porcentaje. Contrastando con Parasuraman, Zeithaml y Berry (1990) manifiestan que la empatía es la atención individualizada al cliente, es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro.

3.3. Propuesta de la Investigación

Propuesta estratégica para mejorar la calidad en el servicio al cliente en la empresa proyectos la selva S.R.L. de la ciudad de Jaén- Cajamarca 2016.

3.3.1. Introducción

En los resultados obtenidos en la encuesta se evidenció que existen muchas deficiencias basadas en las cinco dimensiones de SERVQUAL como son Fiabilidad, Infraestructura, Empatía, Capacidad de respuesta y en la empresa Proyectos La Selva S.R.L. de la ciudad de Jaén, lo cual buscamos mejorar la calidad en el servicio al cliente en esta propuesta.

De acuerdo a los resultados se plantea el siguiente objetivo general: Presentar a la empresa Proyectos La Selva SRL; un plan de atención al cliente, que coadyuve en la consecución y logro de la misión y visión planteadas, bajo un calificativo de excelencia, para mejorar la satisfacción al cliente e incrementar la rentabilidad de la empresa.

3.3.2. Objetivo del programa

El objetivo de este programa es concientizar a toda la empresa para mejorar la calidad en el Servicio al Cliente a través de una serie de estrategias, las cuales serán implementadas por la empresa Proyectos La Selva E.I.R.L.

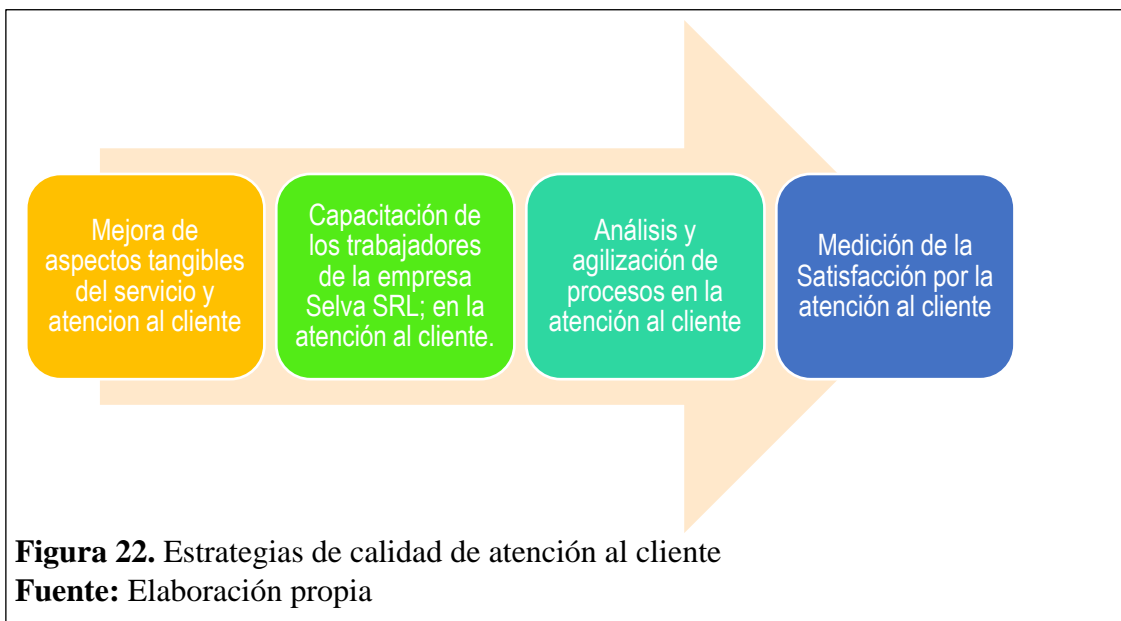
3.3.3. Justificación

Las debilidades en atención al cliente que se han percibido dentro de la empresa la cual tienen grandes repercusiones en los usuarios, por tanto, se hace necesaria elaborar un plan de atención al cliente, mediante el cual se oriente al personal cómo atender de mejor manera al público, y que los empleados estén actualizados en la forma de comportarse, de vestirse, de hablar y de interactuar con los usuarios, de manera que les permitan alcanzar objetivos y metas que la institución se plantee, con el fin de obtener la satisfacción del cliente interno como el cliente externo.

El plan de atención al cliente se realiza con el fin de que todos los trabajadores aprendan, apliquen, y construyan una cultura de atención que realmente distinga e identifique la empresa Proyectos La Selva SRL de otras empresas del mismo rubro. Con este plan de capacitación no solo se involucra a todos los prestadores de servicios sino

también a los usuarios, sistemas y recursos necesarios para la prestación de un servicio de calidad.

3.3.4. Estrategias a desarrollar



3.3.5. Desarrollo de estrategias

Se elaboraron cuatro estrategias la primera que es proveer de los conocimientos, habilidades, destrezas y provocar un cambio de actitudes en los colaboradores de primera línea de la empresa Proyectos La Selva SRL, con tal de mejorar los aspectos intangibles.

Tabla 23. Estrategia No. 1. “Mejora de aspectos tangibles del servicio y atención al cliente”

Objetivo:

Mejorar los aspectos tangibles del servicio y la atención al cliente tales como: Infraestructura externa, e interna de la empresa Proyectos La Selva SRL para proyectar una imagen de excelencia.

-
- Actividades**
1. Contratar especialistas en la rama de marketing institucional, arquitectura y diseño de interiores.
 2. Convocar a reunión con la gerencia de la empresa Proyectos La Selva SRL, para ver si se acepta la propuesta del especialista.
 3. Las anteriores acciones están encaminadas a influir en la percepción del cliente, sobre la imagen de la institución; de tal manera que sienta seguridad, confiabilidad.

Recurso	Humanos	Encargado de atención al cliente. Profesionales en arquitectura y decoración de interiores y exteriores.
	Costo	S/. 2500.00
Responsable	Encargado asignado.	
Duración	1 Mes.	

Fuente: Elaboración propia

La segunda estrategia, está dirigida a mejorar la disponibilidad, agilidad rapidez en la prestación del servicio a los colaboradores de primera línea, con el objeto de crear las condiciones adecuadas para brindar una atención al cliente con la calidad adecuada.

Tabla 24. *Estrategia No. 2. Capacitación a los empleados de la empresa Proyectos La Selva SRL, en la atención al cliente*

Objetivo:

Mejorar los aspectos intangibles de la atención al cliente en la empresa Proyectos La Selva SRL, como: Recepción, actitudes, normas de cortesía, comunicación con el cliente, comprensión, presentación personal de los colaboradores, agilidad y rapidez en las gestiones por medio de la capacitación de los colaboradores de tal forma que pueda brindarse la atención al cliente con la calidad requerida.

-
- Actividades**
1. Establecer conjuntamente con la alta gerencia, los principios de la atención al cliente que se desean inculcar en los empleados, para brindarla con la calidad adecuada.
 2. Designar un encargado de capacitación, en este caso, el jefe de recursos humanos.
 3. Contratación de capacitadores en la atención al cliente.
 4. El encargado será responsable de supervisar la ejecución de la capacitación.
 5. El responsable de dar seguimiento, evaluación y planificación de la capacitación como un proceso constante y consolidado en la municipalidad.
 6. Las acciones anteriores están orientadas a crear las bases para mejorar la atención al cliente, con la calidad requerida.

Recurso	Humanos	Jefe de recursos humanos. Encargado de atención al cliente. La Gerencia
----------------	----------------	---

Profesionales en capacitación de la atención al cliente.

Costo S/. 4000.00

Responsable Encargado asignado.

Duración Mes y medio, utilizando los viernes de cada semana.

Fuente: Elaboración propia

Metodología de la capacitación

- a) El programa de capacitación más que expositivo debe ser constructivo, en donde los empleados sean el centro de la actividad, permitiendo una construcción de conceptos, en los cuales manifiesten sus ideas, expongan sus inquietudes, trabajen en equipo y generen un aprendizaje más efectivo. Al final cada tema se debe de evaluar a los trabajadores y los contenidos para su retroalimentación.

Políticas:

- a) La capacitación en servicio y atención al cliente debe incluir al personal de las diferentes áreas de la empresa Proyectos La Selva SRL.
- b) Programar el tiempo requerido para el desarrollo del mismo dentro del horario de trabajo y proveer el material necesario.
- c) Se deberá sensibilizar y estimular al personal a participar en la capacitación de servicio y atención al cliente.
- d) Todos deben hacer un compromiso con la empresa Proyectos La Selva para aplicar las técnicas aprendidas, así como a mejorar el ambiente de trabajo.
- e) Los empleados deben cumplir con el horario y el programa a establecer.
- f) La alta Gerencia y recursos humanos debe asumir la responsabilidad de evaluar periódicamente el desempeño del personal en atención al cliente.

Contenido Temática:

Módulo I: Sensibilización del personal al cambio a la excelencia en la atención al cliente.

- a) A quienes se deben el progreso de la empresa.
- b) Importancia de la atención al cliente en la empresa.

Módulo II: Normas de Cortesía:

- a) Saludar
- b) Cómo saludar
- c) Mostrar cordialidad
- d) Mirar simultáneamente a los ojos
- e) Ofrecer una sonrisa y un gesto amable.

Módulo III: La recepción del cliente en lineamientos “CLAVES”

- a) Acogida grata
- b) Amabilidad.
- c) Respeto.
- d) Rapidez.
- e) Importancia de la despedida correcta.

Módulo IV: Actitudes y etapas en la atención al cliente:

- a) El movimiento gestual
- b) Protocolo de la Atención al Cliente
- c) Etapas en la atención al cliente
- d) Pasos en las etapas de atención al cliente
- e) Normas de atención al cliente.
- f) Manejo de Quejas
- g) Procedimiento para el manejo de una queja
- h) Momentos de verdad.

Módulo V: La Comunicación con el cliente.

- a) Eficacia de la comunicación
- b) Escucha activa.
- c) La comunicación entre las secciones y personal durante el servicio.

Estrategia para agilización de procedimientos en la atención al cliente de las oficinas de la empresa Proyectos La Selva SRL.

Tabla 25. *Estrategia No. 3. Análisis y agilización de procedimientos en la atención al cliente*

Objetivo:

Agilizar los procedimientos en la atención al cliente en las oficinas de la empresa Proyectos La Selva SRL; para la reducción de tiempos de espera.

-
- | | |
|--------------------|--|
| Actividades | <ol style="list-style-type: none">1. Diseño de un manual de procedimientos para mejorar la sucesión cronológica y secuencial de operaciones para la realización de las funciones específicas en atención al cliente.2. Adquisición de útiles de oficina necesarios.3. Sustituir instrucciones verbales por instrucciones escritas4. Entrenamiento de colaboradores, según nuevas disposiciones en los procedimientos. |
|--------------------|--|

Recurso	Humanos	Jefe de recursos humanos. Encargado de atención al cliente.
	Costo	S/. 1500.00
Responsable	Encargado asignado.	
Duración	Dos meses.	

Fuente: Elaboración propia

Estrategia para la medición de la satisfacción del cliente.

Tabla 26. *Estrategia No. 4. Medición de la satisfacción por la atención al cliente*

Objetivo:

Medir de forma continua la satisfacción de los usuarios de las oficinas municipales por la atención al cliente recibida.

Actividades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registrar todas las quejas y organizarlas áreas para identificar las causas y de este modo prevenir o eliminar los problemas. 2. Investigar las quejas. 3. Cuidar que esas quejas lleguen a la persona o área adecuada. 4. Responder a las quejas inmediatamente. 5. Confirmar y asegurar a los usuarios que se ha resuelto el problema. 6. Facilitar a los usuarios métodos para transmitir su opinión y detectar las deficiencias en la atención al cliente. 7. Colocar un buzón de sugerencias. 8. Proporcionar un número telefónico gratuito para quejas. 9. Realizar encuestas a los usuarios de la empresa Proyectos La Selva.
--------------------	---

Recurso	Humanos	Colaborador encargado de atención al cliente
	Costo	S/. 600.00
Responsable	Jefe de recursos humanos	
Duración	Mensual	

Fuente: Elaboración propia

3.3.6. Presupuesto

Presupuesto anual del plan de atención al cliente de la empresa Proyectos La Selva SRL; de Atención al Cliente.

Tabla 27. *Presupuesto de estrategias de la propuesta*

Estrategias	Presupuesto Anual
Estrategia No. 1. “Mejora de aspectos tangibles del servicio y atención al cliente”	S/. 2500.00
Estrategia No. 2. Capacitación a los empleados de la empresa Proyectos La Selva SRL, en la atención al cliente	S/. 4000.00
Estrategia No. 3. Análisis y agilización de procedimientos en la atención al cliente	S/. 1500.00
Estrategia No. 4. Medición de la satisfacción por la atención al cliente	S/. 600.00
Total	S/. 8 600.00

Fuente: Elaboración propia

3.3.7. Cronograma

Tabla 28. Cronograma de actividades de la propuesta

Estrategias	Año 2017											
	En.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ag.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Estrategia No. 1. “Mejora de aspectos tangibles del servicio y atención al cliente”	■											
Estrategia No. 2. Capacitación a los empleados de la empresa Proyectos La Selva SRL, en la atención al cliente				■								
Estrategia No. 3. Análisis y agilización de procedimientos en la atención al cliente							■					
Estrategia No. 4. Medición de la satisfacción por la atención al cliente										■		

Fuente: Elaboración propia

IV.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Luego de analizar los resultados se puede concluir que los clientes encuestados indican que la empresa Proyectos La Selva SRL no ofrece una calidad de servicio a sus clientes; por la cual se detalla de la siguiente forma:

1. Con respecto a la dimensión ELEMENTOS FISICOS; El 60,8 % de los encuestados indican que se encuentran insatisfecho ya que los elementos físicos no son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.; por lo que es de vital importancia verificar la infraestructura obsoleta y reemplazarlas por uno nuevo.
2. Con respecto a la FIABILIDAD que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. El (47,7%) de los encuestados indican que están insatisfechos ya que los empleados no demuestran interés en solucionar los problemas que se le presentan; por lo que la empresa Proyectos La Selva; actualmente no brinda un buena atención al cliente ni cuenta con calidad de servicio de acuerdo a las cinco dimensiones del SERVQUAL.
3. Con respecto a la CAPACIDAD DE RESPUESTA para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. El (80,0%) de los clientes encuestados indican que están muy insatisfechos, pues los empleados no atendieron a sus dudas por lo que la empresa Proyectos La Selva SRL; puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimientos y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentará mejorando sus resultados económicos.
4. Con respecto a la SEGURIDAD que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza; el (51,5%) de los clientes observados están insatisfechos pues los empleados no tienen los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas por lo que la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizada, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que prestar.

5. Con respecto a la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. el (40,0%) de los clientes encuestados están insatisfechos pues los empleados no se preocupan por los intereses de los clientes; por lo que los empleados deben estar siempre dispuestos a ponerse en el lugar de los clientes y estar al servicio de ellos ante un eventual reclamo o queja; ya que el cliente es la razón de ser de este negocio.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda modernizar la infraestructura del negocio, como muebles, oficinas, Logo de la empresa entre otros.

Implementar la propuesta planteada y realizar un seguimiento de los beneficios que le atribuyeron esta así como a las aplicaciones que le dan los trabajadores, a la temática incluida en el plan de mejora de la calidad de servicio, para poder evaluar si todos los conocimientos adquiridos están siendo aplicados o si deben modificarse para futuros planteamientos de capacitación.

Se recomienda a la empresa desarrollar un programa de inducción, capacitación y entrenamiento a los colaboradores con el fin de brindar un buen servicio al cliente.

Se recomienda a la empresa Proyectos La Selva SRL; que durante la aplicación de la propuesta se realice un programa de control para los colaboradores de manera periódica, vigilar el progreso de la propuesta y verificar si es que se tiene que realizar algún ajuste durante el proceso de la aplicación de la propuesta.

Referencias

- Altamirano (2014). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa. Recuperado de: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2657>
- Alvear (2014). Propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio del grand hotel paraíso, ubicado en el Cantón Atacames para el año 2014.
- Chipana & Cayo (2013). Análisis de la calidad de servicio en los restaurantes vegetarianos del centro histórico de Arequipa. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/157218993/Tesis-Calidad-de-Servicios-en-Restaurantes-Vegetarianos>
- Dalmau & García (2015). Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Wallqa” de la ciudad de Lima, utilizando el modelo Servqual de Calidad de Servicio en el año 2015. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2015/32/20/082301/20150720121225.pdf>
- Del Alcazar, J. (2016). Medición de Calidad del Servicio al Cliente. Recuperado de: <http://blog.formaciongerencial.com/2016/04/01/medicion-de-calidad-del-servicio-al-cliente/>
- El Comercio (2013). El servicio: clave en el éxito de un restaurante. Recuperado de: <http://elcomercio.pe/gastronomia/noticias/servicio-clave-exito-restaurante-noticia-1823363>
- Hoyer (2012). La calidad de servicio en los restaurantes: un problema de gerencia. Recuperado de: <https://omarjhoyer.wordpress.com/2012/04/21/la-calidad-de-servicio-en-los-restaurantes-un-problema-de-gerencia/>
- Hoyer (2014). Hablemos de la Calidad de Servicio en los Restaurantes de Venezuela. Recuperado de: <https://omarjhoyer.wordpress.com/2014/01/09/hablemos-de-la-calidad-de-servicio-en-los-restaurantes-de-venezuela/>
- Gutiérrez H; Gutiérrez P; Díaz L; Garibay C, (2014). Análisis multivariado y QFD como herramientas para escuchar la voz del cliente y mejorar la calidad del servicio.

Recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052014000100007

Jiménez (2012). Los 8 principios de la calidad – Un enfoque para restaurantes. Recuperados:<http://www.pymesycalidad20.com/los-8-principios-de-la-calidad-para-restaurantes.html>

Moreno (2012). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la Cabaña de don Parce. Recuperado de: http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1648/ae_265.pdf?sequence=1

Martinez (2014). Calidad de Atención al cliente en las Agencias de Chiclayo para una entidad de microfinanzas. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/430/1/TL_Mart%C3%ADnez_Reluz_EmilyCeleste.pdf

Quispe (2014). La calidad del servicio de catering. Recuperado de: <http://tesis.usat.edu.pe/jspui/handle/123456789/422>

Rimarachín (2015). Evaluación de la Calidad del servicio en relación a la satisfacción del cliente en la agencia de viajes Consorcio Turístico Sipán Tours SAC. Chiclayo. Recuperado de: <http://servicios.uss.edu.pe/ojs/index.php/EMP/article/view/216>

Romeo (2014). Métricas para la atención al cliente en un restaurante. Recuperado de: <http://www.aromeo.net/2014/10/04/metricas-para-la-atencion-al-cliente-en-un-restaurante/>

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de Consistencia

Tabla 29. *Matriz de consistencia*

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de calidad en el servicio de atención al cliente en la empresa Proyectos La Selva S.R.L. de la ciudad de Jaén – Cajamarca 2016?</p>	<p>Objetivo General Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml.</p> <p>Objetivos Específicos a) Identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. b) Analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.</p>	<p>Hipótesis Si se diagnostica la calidad de servicio entonces mejorará la atención al cliente en la empresa Proyectos la Selva S.R.L. De la ciudad de Jaén-Cajamarca 2016.</p>	<p>Calidad de atención</p>	<p>Tangibilidad</p> <p>Fiabilidad</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa tiene equipos de apariencia moderna. 2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros. 3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio. 4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. 5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba. 6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple. 7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo. 8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez. 9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.

c) Determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.

d) Analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza.

e) Identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.

Capacidad de respuesta

10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio
11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle.
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado.
13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio.
14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.
15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad
16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.
17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes
18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes
20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios
21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente

Seguridad

Empatía

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 02: Instrumento

Evaluación de la Calidad de atención al cliente en la empresa Proyectos La Selva SRL

- ⇒ Lea con atención y no dude en preguntar cualquier duda mientras realice el cuestionario
- ⇒ Este cuestionario es anónimo. No lo firme ni escriba una identificación
- ⇒ Las respuestas se analizan como respuestas en grupo y no como respuestas individuales

Se miden diferentes aspectos a los que usted debe de responder marcando con una “X” un número entre el 1 y el 5 siendo el 1 la mínima satisfacción y el 5 la máxima.

	1	2	3	4	5
1. El empleado tiene equipos de apariencia moderna					
2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros.					
3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio.					
4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. (tangibilidad)					
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba					
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple					
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo					
8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez.(empatía)					
9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas. (capacidad por respuesta)					
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio					
11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle.					
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado					
13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio.					
14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.					
15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad					
16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas. (seguridad)					
17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes.					
18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio					
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes					
20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios					
21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente (Fiabilidad)					

ANEXO 03: Validación de Experto



Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela de Administración

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		ABEL EDUARDO CHAVARRY ISLA
	PROFESIÓN	MEDICO CIRUJANO
	ESPECIALIDAD	MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	30 AÑOS
	CARGO	GERENTE GENERAL DE ADEU DEPORTIVO SAC
<u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u>		
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN- CAJAMARCA 2016		
DATOS DE LOS TESISISTAS:		
NOMBRES		Pérez Ocupa, Diana
ESPECIALIDAD		ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL:</u> Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml.	
	<u>ESPECÍFICOS</u> a) Identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. b) Analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. c) Determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. d) Analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza. e) Identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.	

EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 21 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1. El empleado tiene equipos de apariencia moderna a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. (tangibilidad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez.(empatía)	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____

a)TD b)D c)I d)A e)TA	_____
9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas. (capacidad por respuesta) a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas. (seguridad) a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes.	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____

a)TD b)D c)I d)A e)TA	_____
18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios. a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente (Fiabilidad) a)TD b)D c)I d)A e)TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
1. PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA <u> 21 </u> Nº TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



M.B.A. Abel Chaverry Isla
PROFESOR UNIVERSITARIO

JUEZ – EXPERTO

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Asunción Gienny Pereira
	PROFESIÓN	Administración de Empresas
	ESPECIALIDAD	Doctora en Administración
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	36 AÑOS
	CARGO	Directora de la Escuela de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad de Chiclayo.
TÍTULO DE LA INVESTIGACION		
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN- CAJAMARCA 2016		
DATOS DE LOS TESISISTAS:		
NOMBRES		Pérez Ocupa, Diana
ESPECIALIDAD		ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL: Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeithaml.	
	ESPECIFICOS a) Identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. b) Analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. c) Determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. d) Analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza. e) Identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la	

empresa Proyectos la Selva S.R.L.	
EVALUE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 21 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1. El empleado tiene equipos de apariencia moderna a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros. a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio. a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. (tangibilidad) a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo a)TD b)D c)I d)A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. El empleado realiza bien el servicio la	TA(x) TD()

primera vez.(empatía) a)TD b) D c) I d) A e) TA	SUGERENCIAS: _____ _____
9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas. (capacidad por respuesta) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas. (seguridad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17. Los empleados demuestran igualdad para	TA(x) TD()

todos sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	SUGERENCIAS: _____ _____
18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente (Fiabilidad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u> 21 </u> N° TD <u> </u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	


 Asunción Glennys Pereira
 Juez Experto
 Colegiatura N° 032

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Ricardo Alcázar Viacava
	PROFESION	Ingeniero
	ESPECIALIDAD	MBA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	25 años
	CARGO	Gerente General Aplicatum SAC, Profesor Universitario
TITULO DE LA INVESTIGACION		
DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN- CAJAMARCA 2016		
DATOS DE LOS TESISISTAS:		
NOMBRES		Pérez Ocupa, Diana
ESPECIALIDAD		ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL: Determinar el nivel de la calidad de servicio de atención al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. aplicando el instrumento Servqual realizado por Parasuraman, Berry y Zeitham].	
	ESPECIFICOS a) Identificar si los elementos físicos son vigentes, modernos y al alcance del cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. b) Analizar la fiabilidad que el ejecutivo transmite al cliente de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. c) Determinar la capacidad de respuesta para ayudar a los usuarios o clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L. d) Analizar la seguridad que el cliente visualiza en el personal que lo atiende al transmitirle sus conocimientos y habilidades para concitar credibilidad y confianza. e) Identificar la empatía que dispensa la organización a sus clientes de la empresa Proyectos la Selva S.R.L.	
EVALUE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTA TOTALMENTE DE ACUERDO		

CON EL ITEM O "TD" SI ESTA TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTA EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 21 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cron Bach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1. El empleado tiene equipos de apariencia moderna a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. Los elementos materiales (folletos, similares) son visualmente atractivos y claros. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. Existen materiales suficientes para la presentación del servicio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio. (tangibilidad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez.(empatía) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas. (capacidad por respuesta) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. Los empleados nunca están demasiado ocupados para atenderle. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
13. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un pronto servicio. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16. Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas. (seguridad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

18. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
20. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios. a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
21. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente (Fiabilidad) a)TD b) D c) I d) A e) TA	TA(x) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 21 N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



Ricardo Alcázar Viacava

Juez Experto

Colegiatura N° CIP 28523

ANEXO 04: Carta de aceptación



PROYECTOS "LA SELVA" S.R.L.
INGENIERÍA, CONSULTORÍA, SERVICIOS
CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL PAÍS

Jaén - Avenida Alvaro CTO - Pasada Ormas
Calle 1500 - 1500 - Lima
Tel: 070 424 01 00 - 01 77 77
E-mail: proyectos@selva.com

Jaén, 11 de Octubre 2018

Dra. Delgado Wong Sofia Irene
Directora de la Escuela de Administración
Universidad Señor de Sipán

Asunto: Carta de Aceptación para aplicación de tesis

Presente:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta. DIANA PÉREZ OCUPA, identificada con DNI N° 43873900, alumna de la Escuela de Administración de la Institución Universitaria que usted representa, ha sido admitida para aplicar su tesis titulada "DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN - CAJAMARCA 2016". En nuestra empresa, brindándole toda la información que la alumna requiere para desarrollar con éxito su investigación. Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



ANEXO 05: Evidencias



Figura 23. Personal de la empresa "Proyectos La Selva" S.R.L.

Fuente: Elaboración propia



Figura 24. Gerente de la empresa "Proyectos La Selva" S.R.L.

Fuente: Elaboración propia



ANEXO 06: Declaración Jurada

USS | UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR: Autor Autores

PÉREZ OCUPA DIANA
Apellidos y nombres

43873900 **1000363117** **DISTANCIA**
DNI N° Código N° Modalidad de estudio

Administración
Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales
Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Cido X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Trabajo de investigación X

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

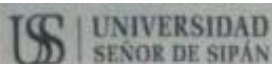
1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado
Propuesta de estrategias promocionales y su impacto en el crecimiento de las ventas en el mercado internacional de café orgánico de la Cooperativa Agraria Cafetalera Casil Uta- San Ignacio-Cajamarca 2018.
La misma que presento para optar el grado de:
Bachiller en Administración
2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, he cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la **UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN** y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.


Pérez Ocupa Diana
DNI N° 43873900



ANEXO 07: Formato T1



FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 15 de Octubre del 2018

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

Los suscritos:

Diana Pérez Ocupa, con DNI: 43873900.

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN- CAJAMARCA 2016, presentado y aprobado en el año 2016 como requisito para optar el título de licenciada(o), de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la EAP de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APellidos y Nombres	Número de Documento de Identidad	Firma
PÉREZ OCUPA DIANA	43873900	

ANEXO 08: Acta de Originalidad



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, CARLA ARLEEN ANASTACIO VALLEJOS, Coordinadora de Grados y Títulos de la EAP Administración y revisor de la investigación aprobada mediante **Resolución N°0814-FACEM-USS-2016**, presentado por la egresada PÉREZ OCUPA DIANA, autora de la Investigación titulada: **DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA PROYECTOS LA SELVA S.R.L. DE LA CIUDAD DE JAÉN – CAJAMARCA 2016**, puedo constatar que la misma tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa URKUND.

Por lo que concluyo que la Investigación cumple con los lineamientos establecidos en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio en la USS.

Pimentel, 07 de febrero del 2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carla Arleen Anastacio Vallejos', written over a horizontal line.

Mg. Carla Arleen Anastacio Vallejos
DNI N° 43637619

ANEXO 08: Índice de similitud

