



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACION EN LA ATENCIÓN DEL
CLIENTE DE LA EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y
MONTAJES SAC DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Autoras:

Bach. Amarilis Analy Uceda Obando

Bach. Flor Cresencia Vigo Villanueva

Asesor:

Mg. Cristhian Paúl Céspedes Ortiz

Cajamarca - Perú

2021

DEDICATORIA

A Dios: Por habernos permitido llegar hasta este punto y por brindarnos la salud para lograr nuestros objetivos,

A nuestra familia y a nuestros Padres:
Por ser nuestra inspiración y nuestro ejemplo a seguir, por estar siempre brindándonos su amor y su respaldo incondicional.

A La Universidad Privada del Norte, a Nuestro Asesor de Tesis por todas las Enseñanzas brindadas y por el apoyo Para poder lograr Nuestra titulación en carrera de Administración.

A mi hija, Angelita. Rojas Uceda, por ser mi motor y motivo a seguir luchando para brindarle un futuro mejor, (*Uceda A*).

Uceda A.– Vigo F.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos salud, la sabiduría y bendecirnos para lograr nuestros objetivos trazados.

A nuestras familias, nuestros padres, por haber sido nuestro motivo y ejemplo de vida, por enseñarnos a jamás rendirnos y perseguir cada sueño que nos proponemos.

A la Universidad Privada Del Norte, en especial a la Facultad de Negocios y a todos los docentes, por compartir sus conocimientos y su experiencia, lo cual hicieron de este proceso integral de formación, nuestro logro finalizado, el llegar a obtener nuestro título profesional.

Tabla de contenidos

| | |
|--|-----------|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 5 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 6 |
| RESUMEN | 9 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 10 |
| CAPÍTULO II. METODOLOGÍA | 31 |
| CAPÍTULO III. RESULTADOS | 42 |
| CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES | 89 |
| REFERENCIAS | 95 |
| ANEXOS | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Población | 34 |
| Tabla 2 Inclusión De Muestra | 35 |
| Tabla 3 Exclusión De Muestra | 36 |
| Tabla 4 Escala De Medición De La Encuesta | 37 |
| Tabla 5 Escala De Medición De La Encuesta | 38 |
| Tabla 6 Valoración Y Formula De Aplicación | 39 |
| Tabla 7 alfa De Cronbach De Atención Al Cliente | 40 |
| Tabla 8 Alfa De Cronbach De Calidad De Servicio | 40 |
| Tabla 9 Alfa De Cronbach De Variables De Atención Al Cliente Y Calidad De Servicio | 41 |
| Tabla 10 Pruebas De Normalidad De Calidad De Servicio Y Atención Al Cliente | 42 |
| Tabla 11 Calidad De Servicio Con La Atención Del Cliente De La Empresa DF. | 43 |
| Tabla 12 Calidad De Servicio En La Empresa Df Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 45 |
| Tabla 13 Atención Del Cliente En La Empresa Df Estructuras Metálicas Y Montajes SAC. | 47 |
| Tabla 14 Relación De Las Dimensiones De Calidad De Servicio En La Atención Del Cliente De La Empresa Df Estructuras Metálicas Y Montajes SAC. | 49 |
| Tabla 15 Pruebas De Normalidad De Calidad De Servicio Y Atención Al Cliente | 97 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Esquema del Diseño Correlacional | 32 |
| Figura2 Frecuencia con la que los Colaboradores de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. , Mantienen Una Comunicación Efectiva con los Clientes. | 50 |
| Figura 3 Frecuencia con la que la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Brinda una comunicación adecuada y buen trato a los Clientes. | 51 |
| Figura 4 Frecuencia Con Que Los Supervisores De La Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Manifiestan una comunicación fluida al Momento De intercambiaron opiniones. | 52 |
| Figura 5 Frecuencia Los Colaboradores le la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Mantienen una buena coordinación con las diferentes áreas donde laboran. | 53 |
| Figura 6 Frecuencia De los comentarios o sugerencias dadas al personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 54 |
| Figura7 Frecuencia de los precios de los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, están acorde al mercado local. | 55 |
| Figura 8 Frecuencia de accesibilidad a la información que maneja la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC | 56 |
| Figura 9 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de responder con rapidez a las cotizaciones solicitadas. | 57 |
| Figura 10 Frecuencia con la que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. responde con claridad y rapidez a sus consultas. | 58 |
| Figura 11 Frecuencia de recomendación de los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 59 |
| Figura 12 Frecuencia de preferencia a la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, antes que a la competencia. | 60 |
| Figura 13 Frecuencia de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC al momento de elegir a sus proveedores. | 61 |

| | |
|---|----|
| Figura 14 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.cumple con sus expectativas. | 62 |
| Figura15 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestra empatía en los problemas que se suelen presentar. | 63 |
| Figura 16 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la predisposición de brindar asesoramiento en el momento que es necesario a los clientes. | 64 |
| Figura 17 Frecuencia con que los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC atienden las necesidades presentadas en zona de trabajo. | 65 |
| Figura 18 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, utiliza el tiempo recomendado en la atención. | 66 |
| Figura 19 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene personal capacitado y calificado para atender sus necesidades empresariales. | 67 |
| Figura 20 Frecuencia de satisfacción con la atención al cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC | 68 |
| Figura 21 Frecuencia con la que considera que está satisfecho con los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas Y Montajes SAC. | 69 |
| Figura 22 Frecuencia con que el personal operativo de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, son profesionales competentes en su labor. | 70 |
| Figura 23 Frecuencia con que el personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda una atención adecuada y eficaz. | 71 |
| Figura 24 Frecuencia de cumplimiento con los cronogramas establecidos de los proyectos, de la empresa Df Estructuras Metálicas Y Montajes SAC. | 72 |
| Figura 25 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de resolver incidentes presentados en el momento. | 73 |
| Figura 26 Frecuencia con que los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestran predisposición para resolver dudas e inquietudes presentadas. | 74 |
| Figura 27 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda soporte logístico de manera oportuna y rápida. | 75 |

| | |
|--|----|
| Figura 28 Frecuencia con que los colaboradores de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tienen la disposición de ayudar al cliente. | 76 |
| Figura 29 Frecuencia de distribución de las áreas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 77 |
| Figura 30 Frecuencia de iluminación de infraestructura dentro de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 78 |
| Figura 31 Frecuencia aceptación a los equipos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 79 |
| Figura 32 Frecuencia de aceptación en modernidad y calidad de las herramientas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 80 |
| Figura 33 Frecuencia de uso de epps por el personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 81 |
| Figura 34 Frecuencia de aceptación del taller de operaciones de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 82 |
| Figura 35 Frecuencia de aceptación con las homologaciones de calidad con las que cuenta la empresa Df Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 83 |
| Figura 36 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC cuenta con extintores y equipos en caso de emergencia. | 84 |
| Figura 37 Frecuencia de cumplimiento de expectativas por los clientes de la empresa Df Estructuras Metálicas y Montajes SAC . | 85 |
| Figura 38 Frecuencia de amabilidad y confianza de los colaboradores con los que cuenta la empresa Df Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 86 |
| Figura 39 Frecuencia de amabilidad que muestran los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 87 |
| Figura 40 Frecuencia de comunicación gestual y verbal de los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC | 88 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación la calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, localidad de Cajamarca, 2020.

La población y muestra de estudio estuvo conformada por los 30 clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta, la mismo contó con el instrumento cuestionario para cada una de las variables, la cual, estuvo diseñada a través de la escala de Likert. Para la variable Calidad de servicio se utilizó una escala de 7 niveles de respuesta, estuvo conformada por 19 preguntas y para la variable atención al cliente se utilizó una escala de 5 niveles de respuesta, y estuvo conformada por 20 preguntas.

Para evaluar la calidad de servicio, se utilizó como herramienta un cuestionario bajo la metodología SERVQUAL. A la vez, para evaluar el nivel de atención al cliente, se usó un cuestionario bajo la escala de medición de Likert.

El estudio es de tipo básico, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de tipo descriptivo- correlacional, ya que trabaja sobre realidades y se caracteriza por la interpretación correcta de las variables.

Finalmente, podemos afirmar que existe relación positiva entre las dimensiones de calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

Palabras clave: (Calidad De Servicio, Atención Al Cliente, Cajamarca, SERVQUAL, LIKERT)

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente, la calidad en el servicio es utilizada por las empresas como una herramienta de diferenciación. Desafortunadamente, solo algunas corporaciones se han dado cuenta de la importancia de la calidad en el servicio, mientras miran como la competencia crece de manera importante en el mundo.

Para algunas empresas, la calidad en el servicio, no se considera como un factor importante, para poder invertir sus recursos, puesto que no es un bien tangible, sino intangible para ellos; Sin embargo, si se invierte lo suficiente, los clientes lo observan, lo difunden y después vuelven.

Durante los últimos años, el mundo ha evolucionado a gran celeridad, los retos y las oportunidades en calidad, tecnología y administración, han incrementado con el pasar de los años, por eso, las compañías deben buscar estrategias para hacer que el servicio en calidad que ofrecen, sea cada vez mejor y con el tiempo evolucione como una oportunidad para implementar sus ventas.

Todas las organizaciones enfrentan la necesidad de mejora continua en calidad, ya sea en su producto o servicio, logrando así, que las compañías de servicios, se encuentren en evolución debido a múltiples factores, como tecnología, economía y mayor exigencia por parte de los clientes, además de la competencia con las empresas de la localidad en donde se ubican.

Las organizaciones que proporcionan servicios, se encuentran cada vez más preocupadas en implementar estrategias, lo cual, permitan tener un alto nivel de calidad, en servicio para los consumidores finales y den como resultado la garantía de un servicio óptimo y tener la satisfacción del cliente.

Hoy en día, la calidad del servicio, es un tema perteneciente a las líneas de investigación de Marketing, dentro del que la literatura es relativamente extensa, la mayor parte del trabajo hasta ahora realizado por diferentes autores, se centra en debatir acerca de los determinantes que subyacen a la calidad de los servicios, las corrientes más importantes apuntan por la diferencia entre lo que los clientes esperan y lo que reciben, y otros se establecen que este parámetro de medición no es el más adecuado.

El problema principal es, determinar de qué manera se puede medir la calidad del servicio, de tal manera que, la organización conozca si efectivamente el cliente está recibiendo el servicio que espera. Se establece que el análisis de la calidad del servicio se inicia formalmente con el artículo de (Parasuraman, 1985), en el que se propone un modelo de Calidad del Servicio, el cual es redefinido y denominado SERVQUAL por los mismos autores en 1988.

A partir de estos artículos, han surgido una gran parte de trabajos realizados por otros investigadores, en la que cada uno trata de exponer y poner por encima sus consideraciones, desarrollando modelos y sobre todo críticas a este primer modelo SERVQUAL, que no son otra cosa, que versiones con diferentes puntos de vista de un mismo modelo. (Silva, 2020).

Dan muchas definiciones, con calidad de servicio, pero todas llegan a la misma conclusión, algunos autores definen el concepto de calidad de servicio como:

Según (Lama), este nos dice que calidad de servicio "Consiste en cumplir expectativas del cliente" y para (Helouani) calidad de servicio "Son los requerimientos que satisfacen las necesidades y deseos del cliente en la contratación y en el uso", así (Angulo), menciona que "Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio". Sin embargo, (Peel) dice que "Las actividades secundarias que realice una empresa para optimizar la satisfacción que reciba el cliente en sus actividades primarias (o principales)". Conforme con los conceptos otorgados por los autores, podemos resumir que, la calidad en el servicio es cumplir con las expectativas y necesidades del cliente pues de esta manera persuadir si el servicio es bueno para lograr satisfacer sus necesidades.

A la vez, atención al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. Entre sus principales objetivos, se encuentran: garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo, que sea usado de la forma correcta y que genere la satisfacción del cliente. Para lograr estos objetivos, es importante brindar apoyo, asesoría, orientación, instrucciones y todo aquello que facilite este proceso. (Silva, 2020).

Por ello, Si revisamos un poco la historia, antes de la existencia del marketing como disciplina, encontramos que se hablaba de las teorías de la administración a través de varios autores. Estas teorías estuvieron marcadas por hitos históricos y económicos, que afectaron la oferta y la demanda, y modificaron el comportamiento del consumidor. La época posterior a la Revolución Industrial, se enfocó en la producción masiva. Autores como (Fayol & Taylor, s.f.), desde su perspectiva cada uno de estos autores, tenían como objetivo incrementar la eficiencia de las empresas.

No existía la diferenciación y la fijación de precios estaba dada únicamente por el cálculo de los costos. Bajo este contexto, tenía sentido que el objetivo de las empresas fuera producir al menor costo, el mayor número de unidades, en el menor tiempo posible. Luego estaba el tema de las ventas, que consistía en convencer a los clientes, para que compraran lo que la empresa había producido.

A partir del año 1950, aparece el llamado modelo de administración moderna, de la mano de (Drucker., s.f.), Pero esto tampoco sucedió de forma espontánea, surgió motivado por dos factores percibidos como amenaza: la globalización y las tecnologías de la información. Con dicho modelo, empiezan a tener relevancia entre los empleados y los clientes, inicia el conocido enfoque de marketing (Drucker) donde afirmó que , “El propósito de un negocio es crear y servir a un cliente”. Declarando así que las empresas existen para satisfacer las necesidades de los clientes, y no al contrario. (Silva, 2020).

En la indagación bibliográfica efectuada, se han encontrado diferentes estudios referentes al tema de la presente investigación. En el contexto internacional, encontramos el caso de (Reyes, 2019), en la tesis “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes”, Ecuador, 2019, para optar el grado de Magister en Administración de Empresas, analiza que, la calidad en los servicios y la satisfacción al cliente han sido un tema de gran interés para las organizaciones e investigadores, ya que ninguna empresa puede sobrevivir en el mercado, sin desarrollar la satisfacción al cliente y la lealtad a la marca, concluyendo que, mediante la aplicación del modelo teórico SERVQUAL, cuya herramienta estadística confiable permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes. Además, permitió conocer con exactitud qué es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la calidad del servicio. Por ello, la calidad de servicio, es un punto fundamental para los clientes para satisfacer sus necesidades en un mercado innovador. Asimismo, tomamos como ejemplo a (Mendoza & Intriago, 2017), con el tema “Aplicación De Modelo Servqual Para Potencializar La Calidad Del Servicio En El Disney- Park- Quito” Guayaquil - 2017 . Tesis presentada para obtener el grado Ingeniero Comercial, donde describen que la investigación tuvo el objetivo de diseñar el modelo SERVQUAL para la medición de la satisfacción del usuario que contribuya a la potenciación de la calidad del servicio en el Disney-Park de la ciudad de Quito, con proyección al 2017, aplicando la metodología deductiva, inductiva, cuantitativa, bibliográfica y de campo, con uso de la encuesta y el cuestionario de preguntas que

se basa en cinco componentes que son: responsabilidad, confiabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles en donde se ingresó de los datos recolectados al programa de Excel, donde se registró la información del criterio de los usuarios que permitieron el análisis e interpretación de los resultados. Se evidencio el indicador de menor calificación fue la empatía en un 54,07% y la seguridad en 60,96% , por causa de la limitada capacitación del talento humano y las políticas que inobservan la protección de los bienes de los clientes en el interior del establecimiento de recreación, calificándose menor hacia el 70% que es la aceptabilidad, proponiéndose alternativas que se refirieron a la implementación de cámaras de seguridad electrónica y un plan de capacitación para fortalecer los conocimientos del talento humano en la atención al cliente. A la vez, (Espinoza Fernández, 2018), en su tesis La Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en el Hotel El Molino Periodo 2018. Chimborazo, con el Proyecto de Trabajo de Titulación Para La Obtención del Título De Ingeniera Comercial, comenta que, la investigación analiza la relación que existe entre la Gestión Administrativa y la Calidad del Servicio al Cliente en el “Hotel El Molino”, en la Ciudad de Riobamba; ésta posee grandes atractivos y existe una gran cantidad de turistas locales, nacionales e internacionales, es por ello que en este caso de estudio se determinará la importancia de la aplicación de estándares de calidad y el buen manejo de la gestión, para obtener un mayor nivel de excelencia en el servicio, con la finalidad de que la realización de las actividades administrativas proceda de manera más eficiente y brindar un mayor grado de satisfacción a los huéspedes. La gestión administrativa a través de sus 4 fases, permite optimizar los recursos escasos para conseguir los objetivos deseados, de esta manera se obtiene un buen manejo de las actividades administrativas de una empresa. Por otro lado, la

calidad del servicio al cliente en esta investigación, se mide a través del Modelo Servqual para poder determinar las expectativas y percepciones de los clientes en su tiempo de estancia en el Hotel. Se utilizaron dos poblaciones, interna y externa, para poder determinar la efectividad de ambas variables y para ello se aplicaron encuestas y entrevistas para recopilar la información necesaria para la realización de este proyecto. Por último, se analizan los datos obtenidos a través de cuadros. Finalmente se procede a las conclusiones y recomendaciones del caso de estudio para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados, donde se concluye que, En la información obtenida mediante entrevistas al personal del Hotel el Molino se encontró que los procesos administrativos son primordiales para la óptima realización de las actividades diarias de trabajo y para cumplir con la total satisfacción de los clientes. Además, la aceptación que tiene de usuarios es positiva ya que supieron manifestar que su fidelidad es alta. • De acuerdo al estudio realizado se determinó que, la gestión administrativa es muy importante ya que permite agilizar los procesos de manera eficiente, a través de una planificación, organización dirección y control de todos los directivos de una empresa, para de esta manera conseguir una excelente calidad en el servicio al cliente. • A través del modelo Servqual se pudo identificar que, el grado de satisfacción de los huéspedes del hotel el molino es significativamente alto, es por ello que le ha permitido colocarse entre los mejores de la Ciudad de Riobamba, además proyectarse para brindar un servicio de excelencia hacia futuros clientes. Por otro lado, en el contexto nacional, (Rivera Manrique, 2018), en la tesis Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa construcciones y contratistas generales H.R.J.J., E.I.R.L. del programa techo propio, Lima, 2018, para obtener el Título profesional de Licenciado en

Administración, quien menciona que, El objetivo de la investigación fue Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Construcciones y Contratistas Generales H.R.J.J., E.I.R.L. del programa techo propio, lima, 2017. El diseño de la investigación es no experimental, porque no se manipularán las variables de estudio y es de tipo transversal con características descriptivas correlacional, la teoría utilizada para la investigación calidad de servicio es el libro de (Parasuraman,, Zeithaml, , & Berry,, 2008)y para la variable satisfacción del cliente, se utilizó a (Kotler & Armstrong , 2012), Con respecto al cuestionario de la primera variable se desarrolló 22 preguntas y para la segunda variable 30 preguntas, estos cuestionarios realizados fueron validados por expertos de la Universidad Cesar Vallejo, y fue encuestado a todos los clientes de la empresa constructora H.R.J.J. Los resultados obtenidos de la encuesta fueron procesados por un programa estadístico llamado SPSS 22. Se llega a la conclusión a través de los resultados de spearman, que el coeficiente de correlación es 0,685 y con un nivel de significancia bilateral de 0.00; se podría decir entonces que si se confirma la hipótesis y que si existe correlación entre las dos variables de estudio y se clasifica como un nivel de relación moderado de acuerdo a la escala de coeficientes de correlación. Asimismo, (Rojas & Rubio , 2018), en la tesis denominada Estrategias del Servicio al Cliente para mejorar la Rentabilidad en la Ferretería J&M De Jaén- 2017- Pimentel, para optar por el Título Profesional de Contador Público, habla de las “Estrategias de servicio al cliente para mejorar la rentabilidad de la ferretería J&M de Jaén – 2017”; que tiene que ver mucho con la falta de atención al cliente cuyo objetivo general es el diseño de estrategias que permitan generar una mayor producción y rentabilidad a la empresa; el diagnóstico inicial revela que existen

muchos factores que afectan desfavorablemente el desarrollo de la empresa es necesario un programa permanente de capacitación a sus colaboradores. Es una investigación de carácter descriptiva propositiva; los métodos y técnicas de investigación aplicados se sujetan a la metodología de la investigación científica, así mismo el instrumento aplicado responde al proceso de Operacionalización de las variables. La estadística aplicada en el desarrollo de este estudio es la descriptiva. La información recopilada y sistematizada se presenta a nivel de cuadros y figuras considerando frecuencias y porcentajes. El estudio realizado presenta una propuesta que, de llevarse a cabo, podría revertir la situación actual por la que atraviesa la empresa, es necesario diseñar estrategias del servicio al cliente y una mayor inversión para brindar mayores condiciones de calidad a los clientes, ello revertirá a futuro en beneficio para la ferretería. Por otro lado, (Galarza Cajahuaringa, , 2018), en la tesis Implementación de herramientas de calidad para la mejora de la gestión de procesos en una empresa metalmeccánica, Lima 2018, para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial, para la mejora de la gestión de procesos en una empresa metalmeccánica, Lima 2018, tuvo por objetivo proponer la implementación de herramientas de calidad para la mejora de gestión de procesos en la organización, a través del uso de la metodología PHVA y las fases que plantea. El desarrollo de la investigación se basó en la metodología holística, con enfoque mixto, siendo de tipo proyectiva y de nivel comprensivo; que implica el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, los mismo que fueron obtenidos por medio de instrumentos de recolección como, la encuesta y la entrevista para la recolección de datos cuantitativos se encuestó a 47 trabajadores y para los datos cualitativos, se entrevistó al Gerente general, jefe de planta y Supervisor de planta. Con los

resultados obtenidos en el procesamiento mixto de datos se establecen las categorías emergentes y el planteamiento de la teoría a usar. El análisis indicó que la deficiencia de la gestión de procesos está asociada a principalmente tres puntos; la falta de verificación en aspectos de calidad al servicio realizado, el desabastecimiento de insumos y la falta de un plan de mantenimiento preventivo; para estos puntos se planteó el desarrollo de la propuesta de solución, el cual consiste en la implementación de herramientas de calidad. Finalmente se plantea la propuesta por medio de tres objetivos para los cuales se establecen soluciones técnicas, cronogramas, presupuesto y evidencias. Finalmente, el contexto local la información de calidad de servicio y atención al cliente es limitante, lo cual nos lleva a concluir que, es un tema de poco interés para las empresas de nuestra ciudad, Por ello, para (Alvarez Cabrera, 2019), en la tesis Calidad de Servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la Empresa GRUPO MULTISERVIS S.R.L de la Ciudad de Cajamarca 2019, Tesis para optar el grado de Maestro en: Dirección de Operaciones y Cadena de Abastecimiento, donde La presente investigación busca determinar la relación que existe entre la Calidad del Servicio y la lealtad del cliente, de la empresa cajamarquina Grupo Multiservis S.R.L., empresa líder del sector y cuya oferta se encuentra actualmente enfocada en el servicio de Taxi Corporativo, es importante mencionar que la calidad de servicio comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio y es una de las variables más importantes es buscar las estrategias de marketing y a su vez la lealtad que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio. La metodología de investigación aplicada correspondió a un estudio cuantitativo de corte transversal del tipo descriptivo-correlacional. Para

obtener la información el método de encuestas a través de un cuestionario estructurado y validado, basado en el Modelo Propuesto por Bahía y Nantel en el 2000 para los servicios mixtos como la banca y el transporte. Para medir la lealtad, se confeccionó un cuestionario, el cual posee 31 ítems cuyos resultados de la investigación muestran una alta relación directa entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente ($R=0.66$ de índice de correlación de Pearson); demostrando la relación entre las 6 dimensiones de la calidad de servicio (Tangibles, Accesibilidad, Precio, Efectividad y seguridad, Portafolio de servicios, Fiabilidad) con las dos dimensiones de la lealtad del cliente (Lealtad conductual, Lealtad actitudinal). En tal sentido, (Chugnas & Núñez, 2018), en la tesis de Relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del cliente del Complejo Baños del Inca, 2018, Cajamarca, Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas expresando que, La investigación denominada “Relación entre la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente del Complejo Baños del Inca – Cajamarca, 2018”, plantea como objetivo determinar si existe una correlación significativa entre las variables, para ayudar a entender y comprender las relaciones de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La hipótesis comprueba que existe una relación directa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente del complejo turístico Baños del Inca. El análisis de regresión para esta relación arrojó un coeficiente de correlación de 0.84, el cual permite mostrar que el grado de relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente del complejo turístico Baños del Inca es estadísticamente significativa positiva perfecta, con una curva de regresión ajusta $R=1$. Asimismo, se encontró que la variable calidad de servicio su dimensión más predominante y fuerte es el

indicador seguridad con un promedio de 3.26 y una desviación estándar de 1.07, y para la variable satisfacción del cliente su dimensión más predominante y fuerte es el indicador Expectativa con un promedio de 3.34 y una desviación estándar de 1.17. Al final de la investigación, se plantea algunas recomendaciones para ayudar al cambio y mejora de la calidad de servicio y satisfacción del cliente por parte del complejo turístico Baños del Inca. De igual forma, (Cordova Ayac, 2017), en la tesis Nivel de Calidad de Servicio de la Empresa MACGA SAC, Usando el Modelo SERVQUAL- Cajamarca – 2017, Tesis para optar el título profesional de: Licenciada en Administración, expone que La investigación se desarrolló con el fin de conocer el nivel de calidad de servicio de la empresa Macga SAC, usando el modelo SERVQUAL en la ciudad de Cajamarca, 2017. La investigación fue de tipo descriptiva y de diseño no experimental transversal- descriptivo. La muestra estuvo conformada por 385 clientes que visitan la empresa, para la recolección de información se aplicó un cuestionario aplicado a los clientes; dicho instrumento fue validado por un experto y se realizó su análisis de confiabilidad, para lo cual se usó Alfa de Cronbach, obteniéndose un índice de confiabilidad de 0.805; una vez aplicado el instrumento, se logró evidenciar que la empresa tiene un nivel alto con 46% lo cual indica que el nivel de calidad de servicio que brinda la empresa, es percibido por los clientes como óptimo; un nivel medio con 43% lo cual indica que el nivel de calidad de servicio que brinda la empresa, es percibido por los clientes como aceptable, pero que puede ser mejorado y bajo con 10% lo cual indica que el nivel de calidad de servicio que brinda la empresa, es percibido por los clientes como inadecuado y que requiere una mejora sustancial.

El sustento teórico que requiere, con el propósito de darle un carácter científico al problema que se está investigando por lo que pasaremos a describir cada una de las variables de estudio con sus dimensiones e indicadores respectivos.

Calidad de Servicio

“El satisfacer, depende de la conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrató, la calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entrega, el grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances”. (Palafox).

Para obtener una mayor lealtad de los clientes es evitando acciones desagradables al cliente respecto a las fallas que se pueden manifestar en el servicio, así como otorgando medidas correctivas al cliente cuando una situación imprevista exija la satisfacción o recuperación de sus expectativas.

- **Sensibilidad**

“En la mayoría de los casos los clientes perciben poco o en algunos casos no perciben la calidad de los servicios, sin embargo, en ocasiones es posible influir en los clientes potenciales para que la apreciación hacia los niveles de calidad esté en ascenso. Esto es posible por medio de la interacción constante con el cliente para darle una seguridad y confianza de que cualquier problema que sea apreciado por los clientes será resuelto en la brevedad posible”. (Palafox)”

- **Parámetros de Medición de Calidad de los Servicios.**

Según (Palafox)"solo se puede mejorar cuando se puede medir", por lo tanto, es necesario saber y poner en práctica la definición en los métodos que se van

a ocupar, así como los medidores de la calidad del servicio que se otorga al cliente, esta es una búsqueda que está relacionada directamente entre los miembros de la compañía y los clientes, con el fin de poder especificar claramente los aspectos a medir.

- **Sistema de Evaluación de la Calidad de los Servicios**

Es importante seguir con la medición de la calidad de los servicios, ya que este es un factor importante para la diferenciación con otras empresas y sobre todo es notable ante los clientes, ya que, por medio de los resultados sobre el nivel de satisfacción, se puede observar en las repercusiones que ha causado la mejora del servicio (Palafox)".

- **Gestión de la Calidad del Servicio.**

Para poder identificar los errores y el nivel de desempeño que tienen los trabajadores al momento que están en contacto con los clientes, es necesario tener un sistema que gestión, un plan de calidad y un flujograma de los servicios.

La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio” (Palafox, s.f.). Cuando es deficiente la calidad del servicio que se le brinda al cliente, las acciones para la recuperación del servicio son difíciles para quitar el concepto que se crea el cliente en ese momento.

Cuando se haga la correcta recuperación del servicio y se quite la mala imagen que percibió el cliente por los fallos en el servicio, por esta razón es por la que se puede mantener o no el prestigio y la imagen de la empresa. La empresa

como tal debe de cerciorar que la percepción del cliente hacia los servicios fallidos se haya convertido en experiencias positivas y agradables.

Al aplicar dichas medidas correctivas y un plan de prevención, la empresa inspirará confianza en los clientes, esto a su vez servirá de ejemplo a los miembros que conforman la empresa para que se den cuenta de la importancia que tiene el brindar un buen nivel de servicio en todo lo que se hace.

- **Calidad**

(Imai, 1998), señala que la calidad se refiere a no solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

(Stoner, 1996), Aporta que la calidad: “Todas las empresas van más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto profundiza hacer las cosas bien desde la primera vez, en lugar de cometer errores y después corregirlos”.

- **Requisitos fundamentales que permiten el éxito del Proceso de mejoramiento de la calidad:**

El autor, (Harrington, 1998), Señala los requisitos de la siguiente manera:

- ✓ Aceptación que el cliente es el elemento más importante del proceso.
- ✓ El convencimiento de que sí hay forma de mejorar.

- ✓ Enfoque administrativo, liderazgo y participación.
- ✓ El estándar del desempeño de cero errores.
- ✓ Enfocar el mejoramiento en el proceso, no en las personas.
- ✓ El reconocimiento a los éxitos.
- ✓ El convencimiento de que los proveedores pueden cooperar con nosotros sin comprender nuestras necesidades.

- **Dimensiones de la Calidad**

(Druker, 1990), Observó 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:

Fiabilidad: “Es la capacidad de suficiencia que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora”. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la compañía, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

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. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también, la

organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

Capacidad de Respuesta: Se refiere a la actitud y factibilidad que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la eficiencia con que pueda lograrlo.

Empatía: Significa la disposición, cuidado y atención personalizada para ofrecer a los clientes. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.

Intangibilidad: Es importante considerar que a pesar que existe intangibilidad en el servicio algunos aspectos que se derivan de la intangibilidad del servicio: Los servicios no pueden ser mantenidos en inventario, si usted no los utiliza, su capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre.

Interacción humana, para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio.

Atención Al Cliente:

(Serna Gomez, 2006), define que: “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”.

Servicio:

Según el autor (Harovitz, 1997,), este define el servicio como "El conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo".

(Mi Diplomado.com, 2018), menciona que, “en los mercados actuales, los clientes recurren a las organizaciones para adquirir un servicio que satisfaga sus necesidades”, sin embargo, la mayor parte de empresas competidoras en su mercado, predisponen al cliente a consultar diversas fuentes que le permitan formular sus expectativas desde diversas dimensiones o aspectos para evaluar el servicio que mejor satisfaga sus necesidades.

En virtud de esto, debemos considerar que el servicio es multidimensional porque un mismo cliente puede ver diferentes elementos del servicio. Además, es importante que la organización conozca todas las expectativas de los clientes con el fin de desarrollar sistemas de trabajo que permitan cubrir adecuadamente sus necesidades y todas sus expectativas.

Las personas cuando generamos expectativas de un servicio o producto, generalmente pensamos en características como las siguientes dimensiones múltiples del servicio

que mostramos a continuación y que pudieran ser relevantes para un cliente en algún momento dado.

- ✓ **Accesibilidad.** (López, 2015), dice que la accesibilidad se refiere a que “es de fácil acceso por cualquier persona. Es la característica que permite que los entornos, los productos, y los servicios sean utilizados sin problemas por todas las personas, para conseguir los objetivos para los que están diseñados” interpretando que los productos o servicios deben ser accesibles para todos los clientes.
- ✓ **Comunicación.** Según (Chiavenato , 2006), la comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social". Llegando a concluir que la comunicación es fundamental para llegar a cumplir con las expectativa que el cliente busca en un servicio o producto.
- ✓ **Credibilidad.** Para (Shelley , 2019), “La credibilidad es como el respeto, ¡se gana! y para ganar la credibilidad de tus clientes es necesario establecer las bases de la confianza. Recuerda que la construcción de una reputación sólida requiere siempre una consistencia continua”. Por ello, es de suma importancia mantener una confianza inquebrantable con el cliente, ya que si esta se pierdes, es difícil recuperarla.
- ✓ **Cortesía.** (Heredia, 2012), describe que “La cortesía es el arte de expresar buenas costumbres ante otras personas, con base en normas de convivencia

social aceptadas”. Si esto es importante en las relaciones humanas; en el servicio al cliente es todavía mayor, ya que de ello puede depender que los clientes sigan comprando o bien, que tengan una buena o mala imagen de un trabajador. Por tanto, esta es de suma importancia, ya que los colaboradores siempre deben ser Cortez al atender al cliente, ya que si esta falla, todo se pierde, y el cliente jamás regresa.

- ✓ **Entender/Conocer al Cliente.** (Eva, 2020), menciona que “Conocer, clasificar y empatizar con nuestros clientes o visitantes hará que nos adelantemos a las necesidades de estos, desarrollando un negocio viable y rentable”.se entiende que, si no se logra crear un lazo con el cliente, conociendo sus necesidades y preferencias, no se puede llegar a cumplir las expectativas que busca la empresa.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo la calidad de servicio se relaciona en la atención al cliente de la empresa DF Estructuras Metálicas Y Montajes SAC, de la ciudad de Cajamarca, en el año 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación de la calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

1.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Identificar el nivel de calidad en la dimensión confiabilidad que brindan los colaboradores a los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

- ✓ Identificar el nivel de atención al cliente en la dimensión comunicación que tienen los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.
- ✓ Determinar la relación de las dimensiones de calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

1.3.3. Hipótesis General

La calidad de servicio tiene relación significativamente en la atención a los clientes de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la ciudad de Cajamarca, 2020.

1.3.4. Hipótesis Específicas

Existe una relación positiva entre calidad de servicio con la dimensión confiabilidad, que brindan los Colaboradores a los clientes externos de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Cajamarca 2020.

Existe una relación positiva entre la calidad de servicio con la dimensión comunicación de la atención al cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Cajamarca 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

ENFOQUE DE INVESTIGACION

“Esta investigación es de enfoque cuantitativa, analiza la realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y datos estadísticos para determinar predicciones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. La recolección de datos para comprobar hipótesis que tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, quienes miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación”. (Sampieri, 2006,).

DISEÑO DE INVESTIGACION

“El presente trabajo es de diseño no experimental, se realiza sin manipular variables. Es decir, es una investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”. (Argote Perez , Minguela Fernández, Acosta Arámburo , & Sandoval Perez , 2010). En este caso, la presente investigación recoge información de ambas variables a fin de verificar la relación entre ellas.

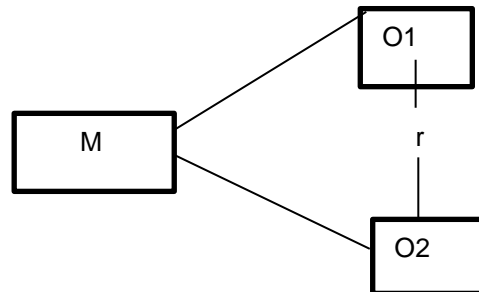


Figura 1 Esquema del diseño correlacional

Dónde:

M: Muestra

O1: Observación de la variable 1

O2: Observación de la variable 2

R: Relación entre las variables.

TIPO DE INVESTIGACION

Esta investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo – correlacional puesto que, una investigación descriptiva es la que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. Por lo tanto, esta investigación es descriptiva - correlacional por que trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de las variables así mismo, como la relación que existe entre ambas. (Rodríguez, 2005),

2.2.. POBLACIÓN Y MUESTRA (MATERIALES, INSTRUMENTOS Y

MÉTODOS)

UNIDAD DE ESTUDIO

Se tiene una población de 30 clientes externos, conformado por diferentes colaboradores de la empresa Minera Yanacocha y Golfields. Cabe mencionar, que para el estudio se tomó a los 30 colaboradores de las empresas antes mencionadas en el periodo 2020.

POBLACIÓN

Según (Arias, 2012), “la población, es un conjunto finito o infinito de elementos, personas o instituciones que son motivo de investigación y tienen características comunes. La cual queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Se eligió la población, considerando que son clientes principales y potenciales, ya que están directamente relacionados con proyectos y mantenimiento mecánicos; por ello, se optó, por una población de 30 clientes externos, conformado por colaboradores de la empresa Minera Yanacocha y Goldfields. Cabe mencionar, que para el estudio se tomó a colaboradores de las empresas antes mencionadas en el periodo Cajamarca 2020.

Tabla 1 Población

| Ítem | Descripción | Nro. de Clientes |
|------|----------------------------|------------------|
| 1 | Gerentes de Proyectos | 04 |
| 2 | Administrador de Contratos | 06 |
| 3 | Superintendente de Área | 04 |
| 4 | Jefe de Mantenimiento | 05 |
| 5 | Supervisor de Área | 05 |
| 6 | Ingeniero SSOMA | 03 |
| 7 | Asistente Administrativo | 03 |

Fuente: Área de Administración – DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

MUESTRA

Para el estudio, se tomó a los 30 colaboradores de las empresas antes mencionadas en el periodo 2020, por el método no estadístico, intencional o de conveniencia, por presentarse una población pequeña, resultando ser considerada a la misma población como muestra para el presente trabajo.

Criterios de Inclusión y Exclusión

El estudio realizado para identificar la inclusión y exclusión de los clientes en el presente trabajo, tuvo como principal enfoque, los clientes principales y potenciales reconocidos por la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Cajamarca 2020.

Inclusión: En el presente estudio se incluyó a la muestra seleccionada, clientes que tienen influencia directa con los trabajos que realiza la empresa DF Estructuras

Metálicas y Montajes SAC, teniendo en cuenta factores como el área de trabajo que son: proyectos y de mantenimiento, los mismos que se mencionan a continuación:

Tabla 2 Inclusión de muestra

| Ítem | Descripción | Nro. de Clientes |
|------|----------------------------|------------------|
| 1 | Gerentes de Proyectos | 04 |
| 2 | Administrador de Contratos | 06 |
| 3 | Superintendente de Área | 04 |
| 4 | Jefe de Mantenimiento | 05 |
| 5 | Supervisor de Área | 05 |
| 6 | Ingeniero SSOMA | 03 |
| 7 | Asistente Administrativo | 03 |

Fuente: Área de Administración – DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Exclusión:

En el presente estudio se excluyó de la muestra, a clientes que no mantienen relación directa con las áreas involucradas en el estudio, como proyectos y mantenimiento de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, por factores demográficos, sociales, y por clasificación de áreas involucradas en este estudio, los mismos que se mencionan a continuación:

Tabla 3 Exclusión de muestra

| Ítem | Descripción |
|------|-----------------------------|
| 1 | Jefe de Contabilidad |
| 2 | Jefe de Recursos Humanos |
| 3 | Jefe de almacén y Logística |
| 4 | Área Legal |

Fuente: Área de Administración – DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Para este proceso, se usaron dos encuestas, la primera fue calidad de servicio y la segunda fue atención al cliente, de los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Se utilizó como instrumento, un cuestionario dividido en dos partes, la primera constó de 19 preguntas para medir la calidad de servicio con sus 5 dimensiones de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, 4 preguntas fueron para evaluar la calidad de confiabilidad, 3 preguntas se enfocaron en evaluar la calidad en capacidad de respuesta, 6preguntas se trabajaron para evaluar calidad de elementos tangibles, 3 preguntas sirvieron para evaluar la calidad de empatía, 3 preguntas buscaron evaluar la calidad de seguridad; evidenciando una escala de medición del 1 al 7. todas enfocadas al modelo SERVQUAL.

Tabla 4 Escala de Medición de la Encuesta

| Valor de Escala | Denominación |
|-----------------|--------------------------------|
| 1 | Totalmente en desacuerdo |
| 2 | En desacuerdo |
| 3 | Parcialmente en desacuerdo |
| 4 | Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| 5 | Parcialmente de acuerdo |
| 6 | De acuerdo |
| 7 | Totalmente de acuerdo |

Fuente: Responsables de la investigación

Para la calidad de servicio, se utilizó el instrumento cuestionario, el cual se adaptó del modelo SERVQUAL; donde se utilizó una escala de puntaje del 1 al 7.

Para evaluar la variable atención al cliente, se aplicó un cuestionario, el cual constó de 30 preguntas, de dicha empresa, pues se elaboró según las dimensiones de la variable atención al cliente, 5 preguntas para medir la dimensión comunicación en la variable de atención al cliente, 4 preguntas que sirvieron para medir la dimensión nivel de accesibilidad en la variable de atención al cliente, 3 preguntas para medir el nivel de credibilidad en la variable de atención al cliente, 4 preguntas para medir la dimensión satisfacción del cliente con la variable atención al cliente, 4 preguntas ayudaron a medir la cortesía en la variable atención al cliente.

El cuestionario, se midió a través de la escala de LIKERT, donde muestran la descripción como: (1=nunca), (2= la mayoría de las veces no), (3= algunas veces sí, algunas veces no), (4= la mayoría de las veces sí), y (5= siempre).

Tabla 5 Escala de Medición de la encuesta

| Valor de Escala | Denominación |
|-----------------|------------------------------------|
| 1 | Nunca |
| 2 | La mayoría de las veces no |
| 3 | Algunas veces sí, algunas veces no |
| 4 | La mayoría de las veces si |
| 5 | Siempre |

Fuente: Responsables de la investigación

Se validó este segundo cuestionario a través del Alfa de Cronbach con las respuestas obtenidas de una muestra piloto de 30 clientes.

2.4.Procedimiento

✓ Estadística descriptiva

Para sistematizar la información recogida en los instrumentos del presente estudio, se utilizó elementos tales como: tablas de frecuencia, gráficos estadísticos y se realizó el procesamiento de toda la información a través del programa Excel y SPSS.

✓ Estadística inferencial:

Para demostrar la validez de la investigación, se utilizaron instrumentos estadísticos, a través de confiabilidad de sus instrumentos, tipos de variables, y la relación que existe entre las variables de estudio, tales como: el estadístico del Alfa de Cronbach, función estadística de Excel, mediante SPSS.

Validez y confiabilidad de la información

La validez y confiabilidad de los instrumentos, ha sido determinada utilizando la opinión y el visto bueno de expertos en el tema, de la carrera profesional de Administración, de nuestra casa superior de estudios sede Cajamarca.

Así como, usando el Alpha de Cronbach lo cual detallamos a continuación:

Cálculo del coeficiente del Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_{iS}^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- K : Es el número de ítems.
- $\sum S_{iS}^2$: Sumatoria de varianzas de los ítems.
- S_T^2 : Varianza de la suma de los ítems.
- α : Coeficiente de Alfa de cronbach.

Tabla 6 Valoración y formula de aplicación

| Valor del CCI | Fuerza de la concordancia |
|---------------|---------------------------|
| >0,90 | Excelente |
| 0,81 – 0,90 | Bueno |
| 0,71-0,80 | Aceptable |
| 0,61 – 0,70 | Moderado |
| 0,51 – 0,60 | Cuestionable |
| 0,30 – 0,50 | Pobre |
| <0,30 | Inaceptable |

Nota Valoración del Coeficiente del Alfa de Cronbach (α) (Landis y Koch, 1977)

Fuente: Responsables de la investigación

Aplicación de resultados

A partir de la aplicación del instrumento de medición de las variables de atención al cliente (20 ítems) y calidad de servicio (19 ítems), se analizaron y procesaron los resultados mediante el programa estadístico IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versión 26, obteniéndose una Alfa de Cronbach (α) que indica una confiabilidad de las variables de atención al cliente ($\alpha = 0.874$) y calidad de servicio ($\alpha = 0.895$) que supera el Alfa de Cronbach de 0,81 lo que denota una buena de precisión de las variables de atención al cliente y calidad de servicio. Por último, las variables de atención al cliente y calidad de servicio en forma global del instrumento ($\alpha = 0.924$) supera al Alfa Cronbach de 0.90 tiene una excelente precisión.

Tabla 7 Alfa de Cronbach de atención al cliente

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,874 | 20 |

Fuente: Responsables de la investigación

Tabla 8 Alfa de Cronbach de calidad de servicio

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,895 | 19 |

Fuente: Responsables de la investigación

Tabla 9 Alfa de Cronbach de variables de atención al cliente y calidad de servicio

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,924 | 39 |

Fuente: Responsables de la investigación

Aspectos éticos de la investigación

Para esta esta investigación, se han citado todas las fuentes que han sido consultadas para elaborar la presente tesis, se debe tener en cuentan que se cuenta con la autorización de la institución en estudio quien fue DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, ya que se recolecto toda la información requerida, la cual será utilizada solo para fines académicos, orientados en el método científico, teniendo en cuenta que todo observador no debe alterar datos reales.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la presente investigación, tanto de la variable de calidad de servicio como la de atención al cliente; obteniendo frecuencias de cada pregunta realizada, de los cuestionarios correspondientes.

Prueba de hipótesis de la normalidad

Formulación de hipótesis

H_0 : La distribución de los datos se ajustan a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$

H_1 : La distribución de los datos no se ajustan a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$

Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

Estadígrafo de prueba

Se utilizó la prueba estadística de Shapiro-Wilk, como el tamaño de la muestra es menor igual de 30

Tabla 10 Pruebas de normalidad de Calidad de Servicio y Atención al Cliente

| Pruebas de normalidad | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-----------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Calidad de Servicio | ,440 | 30 | ,000 | ,577 | 30 | ,000 |
| Atención al Cliente | ,313 | 30 | ,000 | ,754 | 30 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Responsables de la investigación

Toma de decisión

Se observó que Sig. (bitateral) = 0.000 es mayor a nivel de significancia $\alpha = 0.05$ en las variables de Calidad de Servicio y Atención al Cliente.

Por lo tanto, la distribución de los datos no se ajusta a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$, se trabajó con una prueba no paramétrica para comprobar la influencia se utilizará la prueba estadística Chi cuadrada para datos con escala ordinal.

La presente investigación planteó una hipótesis, la cual presupone la existencia de una relación directa entre las variables de estudio que son calidad de servicio y atención al cliente.

Objetivo General: Determinar la relación de la calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

Tabla 11 Calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF.

| Atención al Cliente | Calidad de Servicio | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------|------|----------------------------|------|------------------------------------|------|----------------------------|-------|---------|-------|-------|--------|
| | Nunca | | La mayoría de las veces no | | Algunas veces sí, algunas veces no | | La mayoría de las veces sí | | Siempre | | Total | |
| | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % |
| Nunca | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| La mayoría de las veces no | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| Algunas veces sí, algunas veces no | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 3 | 10.0% | 0 | 0.0% | 3 | 10.0% |
| La mayoría de las veces sí | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 5 | 16.7% | 7 | 23.3% | 12 | 40.0% |
| Siempre | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 3.3% | 14 | 46.7% | 15 | 50.0% |
| Total | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 9 | 30.0% | 21 | 70.0% | 30 | 100.0% |

Fuente: encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: Para comprobar la hipótesis se realizó una prueba de normalidad donde se determinó que los datos no siguen una distribución; por lo tanto, se utilizó una prueba no

paramétrica (Según Anexo) Para comprobar la relación, se utilizó la prueba chi cuadrado por tener las respuestas en escala ordinal. Donde el estadístico Chi cuadrado es igual a 11.667 con grados de libertad igual a dos y con una significancia (Sig. = 0.003) menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$) podemos afirmar que existe relación significativa entre la calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

Objetivos Específicos 1: Identificar el nivel de calidad en la dimensión confiabilidad que brindan los colaboradores a los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 12 Calidad de servicio en la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

| Calidad de Servicio | | N° | % |
|------------------------|--------------------------------|-----------|---------------|
| Confiabilidad | Totalmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | En desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente de acuerdo | 4 | 13.3% |
| | De acuerdo | 8 | 26.7% |
| | Totalmente de acuerdo | 18 | 60.0% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Capacidad de Respuesta | Totalmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | En desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente de acuerdo | 15 | 50.0% |
| | De acuerdo | 11 | 36.7% |
| | Totalmente de acuerdo | 4 | 13.3% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Seguridad | Totalmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | En desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente de acuerdo | 0 | 0.0% |
| | De acuerdo | 5 | 16.7% |
| | Totalmente de acuerdo | 25 | 83.3% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Empatía | Totalmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | En desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente de acuerdo | 1 | 3.3% |
| | De acuerdo | 21 | 70.0% |
| | Totalmente de acuerdo | 8 | 26.7% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Elemetos_tangibles | Totalmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | En desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0.0% |
| | Parcialmente de acuerdo | 0 | 0.0% |
| | De acuerdo | 7 | 23.3% |
| | Totalmente de acuerdo | 23 | 76.7% |
| | Total | 30 | 100.0% |

Fuente: encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: En la tabla se identifica que, la dimensión Confiabilidad muestra una gran importancia en la variable calidad de servicio, del 100% de los clientes encuestados, el 60% muestra un alto nivel de confiabilidad en la calidad de servicio que brindan los colaboradores a los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Objetivos Específicos 2: Identificar el nivel de atención al cliente en la dimensión comunicación que tienen los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Tabla 13 Atención del cliente en la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

| Atención del cliente | | N° | % |
|--------------------------|------------------------------------|----|--------|
| Comunicación | Nunca | 0 | 0.0% |
| | La mayoría de las veces no | 0 | 0.0% |
| | Algunas veces sí, algunas veces no | 4 | 13.3% |
| | La mayoría de las veces sí | 11 | 36.7% |
| | Siempre | 15 | 50.0% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Accesibilidad | Nunca | 0 | 0.0% |
| | La mayoría de las veces no | 7 | 23.3% |
| | Algunas veces sí, algunas veces no | 4 | 13.3% |
| | La mayoría de las veces sí | 4 | 13.3% |
| | Siempre | 15 | 50.0% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Credibilidad | Nunca | 0 | 0.0% |
| | La mayoría de las veces no | 0 | 0.0% |
| | Algunas veces sí, algunas veces no | 4 | 13.3% |
| | La mayoría de las veces sí | 15 | 50.0% |
| | Siempre | 11 | 36.7% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Entender Conocer Cliente | Nunca | 0 | 0.0% |
| | La mayoría de las veces no | 9 | 30.0% |
| | Algunas veces sí, algunas veces no | 14 | 46.7% |
| | La mayoría de las veces sí | 7 | 23.3% |
| | Siempre | 0 | 0.0% |
| | Total | 30 | 100.0% |
| Cortesía | Nunca | 0 | 0.0% |
| | La mayoría de las veces no | 1 | 3.3% |
| | Algunas veces sí, algunas veces no | 7 | 23.3% |
| | La mayoría de las veces sí | 22 | 73.3% |
| | Siempre | 0 | 0.0% |
| | Total | 30 | 100.0% |

Fuente: encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: Se identifica que, en la dimensión Comunicación, el 50% de los clientes encuestados mencionan que los colaboradores siempre brindan una buena comunicación a los clientes externos, mientras que, el 13.3% de los encuestados opinan que, Algunas veces sí, algunas veces no, reciben una comunicación efectiva por parte de los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Objetivos Específicos 3: Determinar la relación-de las dimensiones de calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

Tabla 14 Relación de las dimensiones de calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

| Dimensiones | Pruebas de chi-cuadrado de Pearson | Atención al Cliente | Decisión |
|---------------------|------------------------------------|---------------------|---------------|
| Confiabilidad | Chi-cuadrado | 25.313 | Significativa |
| | Df | 4 | |
| | Sig. | ,000* | |
| Capacidad Respuesta | Chi-cuadrado | 32.727 | Significativa |
| | Df | 4 | |
| | Sig. | ,000* | |
| Seguridad | Chi-cuadrado | 9.000 | Significativa |
| | Df | 2 | |
| | Sig. | ,011* | |
| Empatía | Chi-cuadrado | 12.920 | Significativa |
| | Df | 4 | |
| | Sig. | ,012* | |
| Elementos tangibles | Chi-cuadrado | 9.969 | Significativa |
| | Df | 2 | |
| | Sig. | ,007* | |

En la tabla 14, se observa que la significancia $0.00 \leq sig \leq 0.012$ es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$) por lo tanto podemos afirmar que existe relación significativa de las dimensiones de calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

Análisis descriptivos de la variable de Atención al cliente.

Los resultados que se presentan, son obtenidos luego de la aplicación de la técnica encuesta, mediante el instrumento cuestionario a 30 clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Cajamarca 2020, para la variable de atención al cliente.

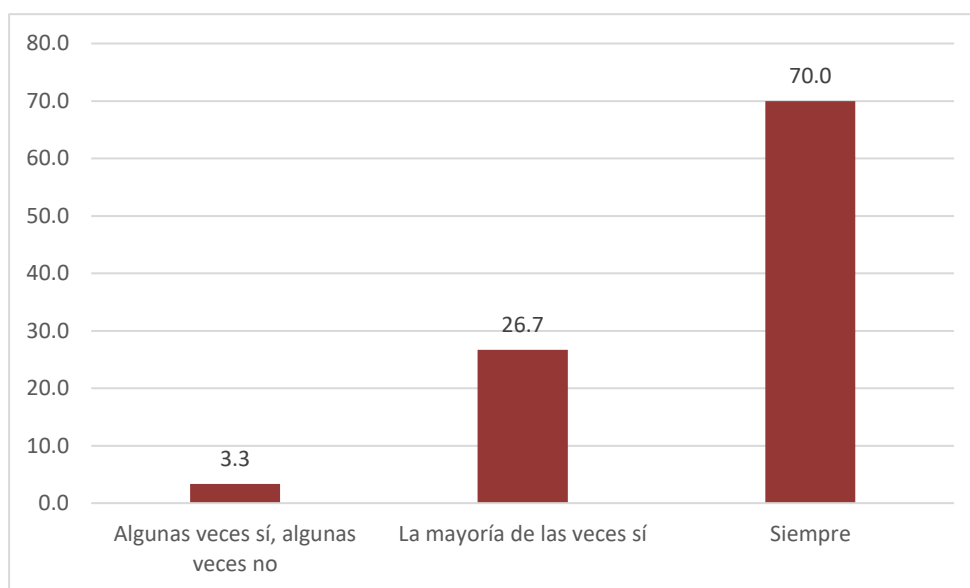


Figura2 Frecuencia con la que los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. , mantienen una comunicación efectiva con los clientes.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: En la variable atención al cliente, del total de 30 clientes encuestados, el 70% (21clientes), consideran que los colaboradores de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brindan siempre una buena comunicación a los clientes externos con los cuales interactúan. Asimismo, el 3.3% (01 cliente), manifiesta que algunas veces sí y algunas veces no, estos brindan una comunicación efectiva.

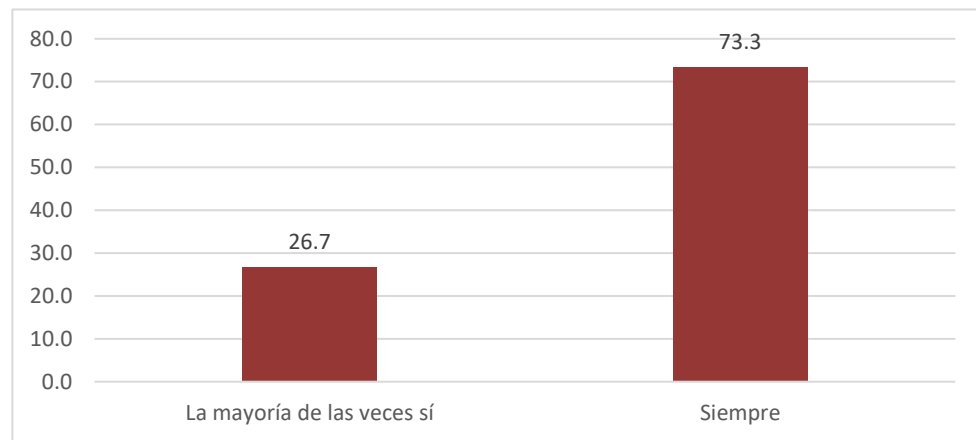


Figura 3 Frecuencia con la que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Brinda una comunicación adecuada y buen trato a los clientes.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: En esta gráfica, se puede visualizar que, el 73.3%, consideran que siempre los colaboradores brindan una comunicación adecuada y un buen trato a los clientes externos, mientras que el 26.7% cree que la mayoría de veces si brinda un buen trato y una comunicación adecuada a sus clientes.

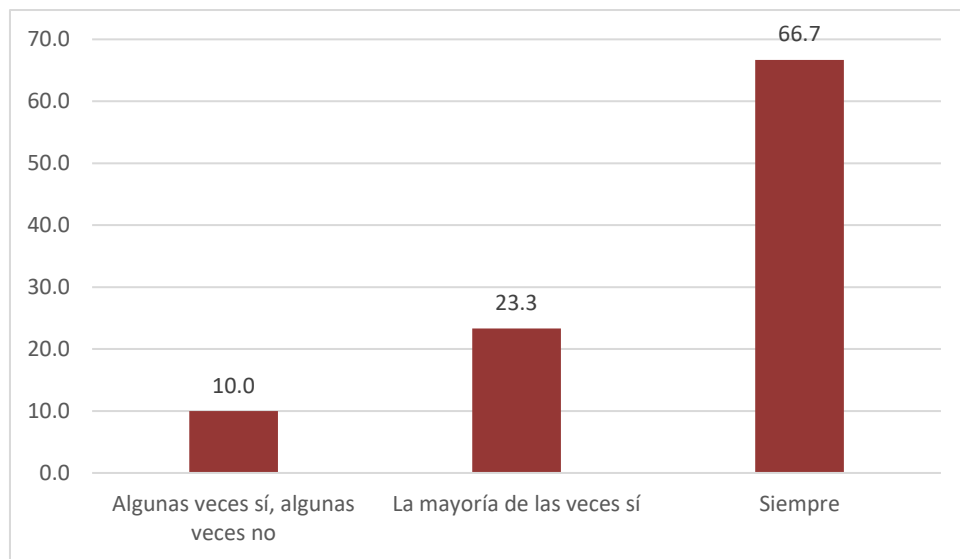


Figura 4 Frecuencia con que los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Manifiestan una comunicación fluida al momento de intercambiar opiniones.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: En esta gráfica, podemos observar que, el 66.7% de clientes encuestados, consideran que los supervisores de la empresa DF, siempre manifiestan una comunicación fluida al intercambiar opiniones con quien corresponda, a la vez, el 10% manifiesta que, algunas veces sí, algunas veces no, los colaboradores (supervisores) manifiestan una comunicación adecuada cuando intercambian opiniones con los clientes externos.

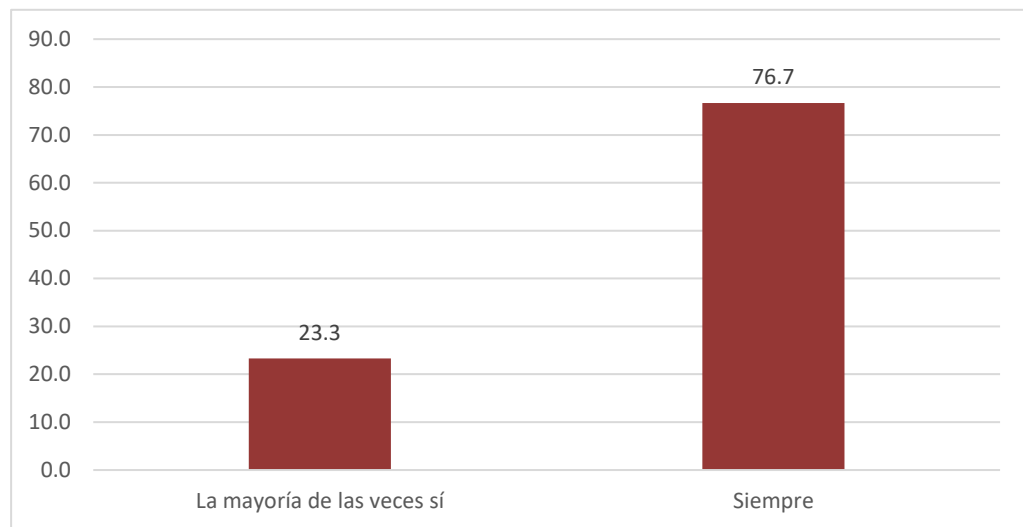


Figura 5 Frecuencia Los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Mantienen una buena coordinación con las diferentes áreas donde laboran.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: El gráfico muestra que, del 100% de los clientes encuestados, el 76.7% menciona que, los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, siempre mantienen una buena coordinación con las diferentes áreas donde laboran, mientras que el 23.3% considera que, la mayoría de veces sí, muestra una buena coordinación en las diferentes áreas de trabajo donde se desempeñan.

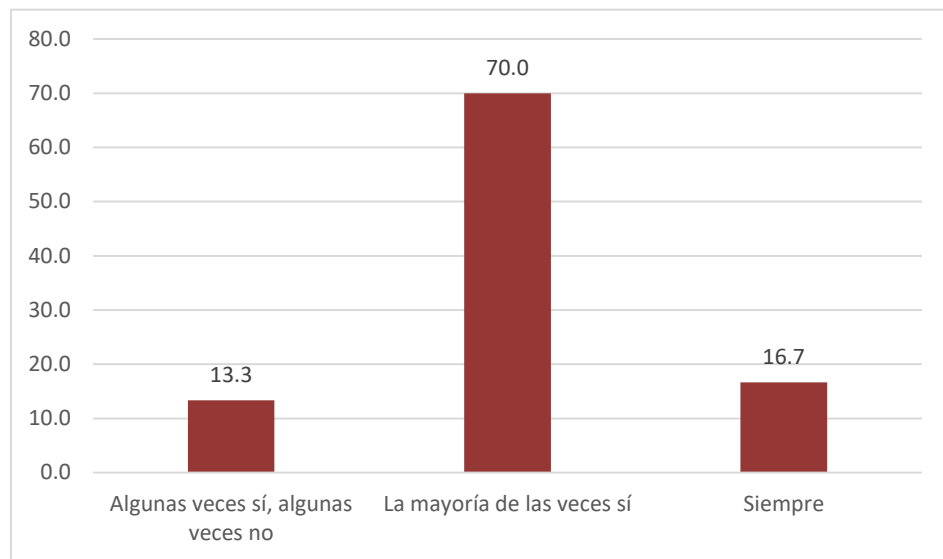


Figura 6 Frecuencia de los comentarios o sugerencias dadas al personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: en la gráfica presentada, podemos identificar que del 100% de los clientes encuestados, el 70% opina que, la mayoría de las veces los comentarios y sugerencias dadas, se implementan en la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, mientras que el 13.3% considera que la empresa algunas veces sí y algunas veces no toma en cuenta las sugerencias y comentarios dados.

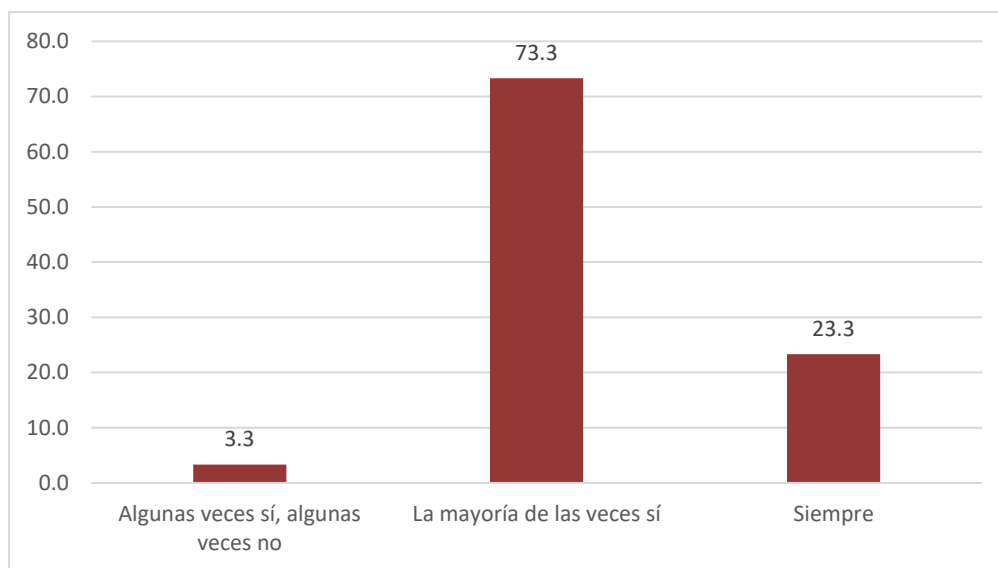


Figura7 Frecuencia de los precios de los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, están acorde al mercado local.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: del grafico mostrado podemos identificar que, de la totalidad de los encuestados que fueron un 100% el 73.3% opinan que la mayoría de veces sí, creen que los precios de los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, están acorde al mercado local. Mientas que, 3.3% cree que los precios de los servicios que brindan y ofertan al mercado algunas veces sí, algunas veces no están acorde al mercado local.

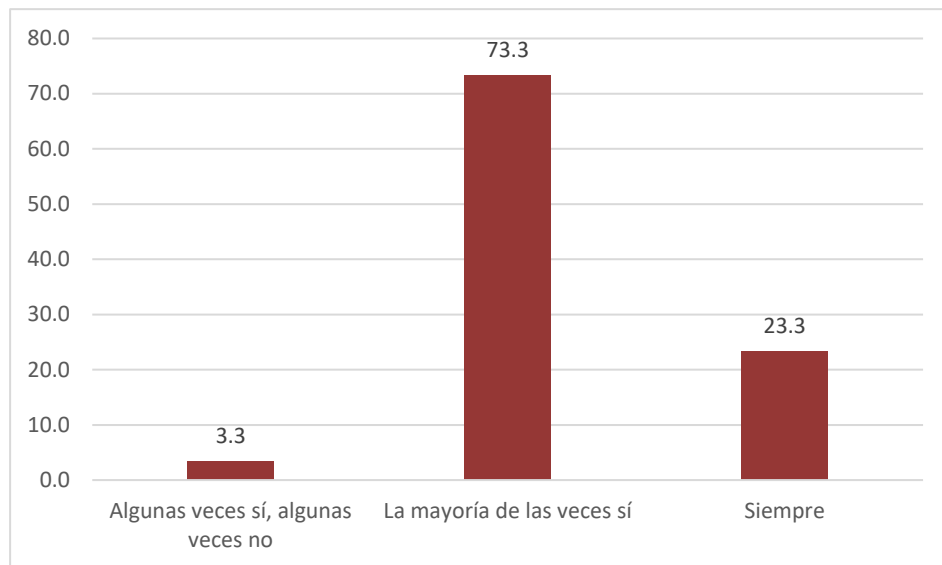


Figura 8 Frecuencia de accesibilidad a la información que maneja la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: de la totalidad de los participantes encuestados, podemos concluir que, el 73.3% opina que la mayoría de veces la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC SÍ, muestra accesibilidad a la información que maneja bajo su dominio, por otra parte, el 3.3% considera que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Algunas veces sí, algunas veces no muestra accesibilidad a su información.

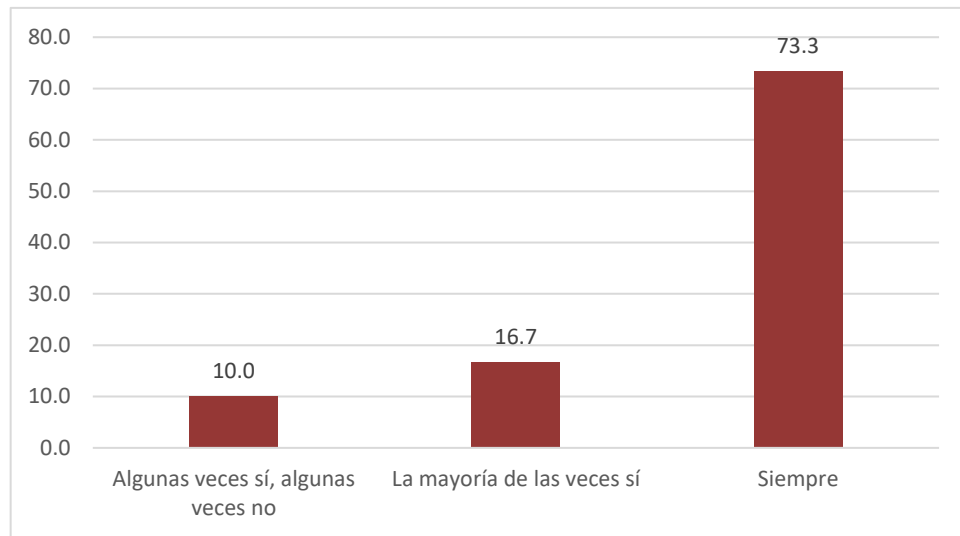


Figura 9 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de responder con rapidez a las cotizaciones solicitadas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: en el cuadro podemos verificar que, de la totalidad de clientes encuestados, el 73.3% cree DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, siempre responde de manera rápida a las cotizaciones que solicitan en un determinado momento, a su vez, el 10% los clientes opinan que en algunas veces sí y en algunas veces no, responden con la rapidez que se requiere.

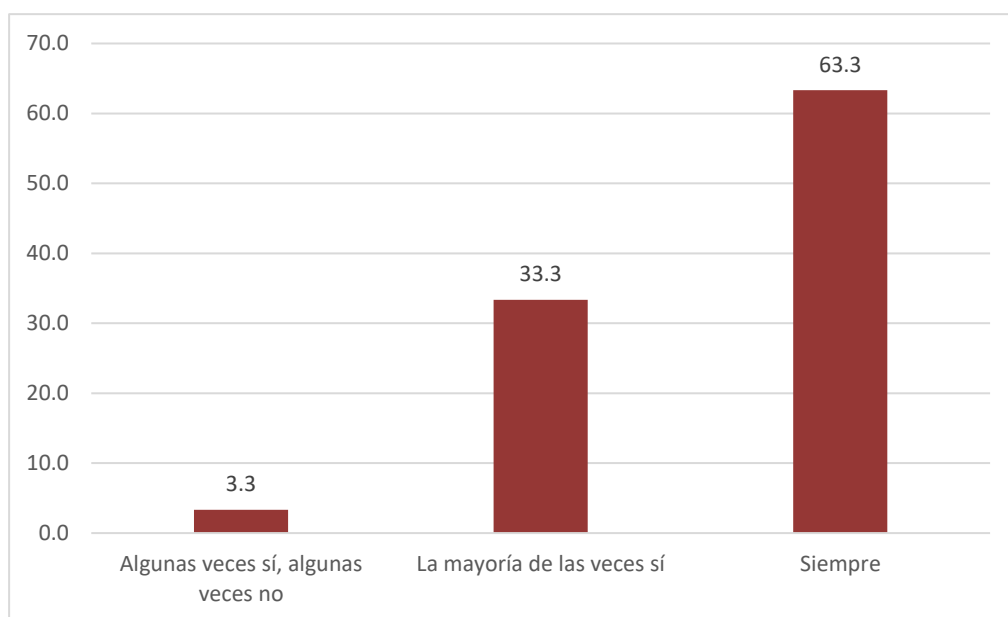


Figura 10 Frecuencia con la que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. responde con claridad y rapidez a sus consultas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Interpretación: de la totalidad de los clientes encuestados, el 63.3% considera que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, siempre responde con rapidez y claridad a las consultas que se presentan, por otra parte, el 3.3% dice que algunas veces sí y algunas veces no, la empresa responde con rapidez y claridad a las dudas y consultas formuladas por parte de los clientes a los cuales brinda servicios.

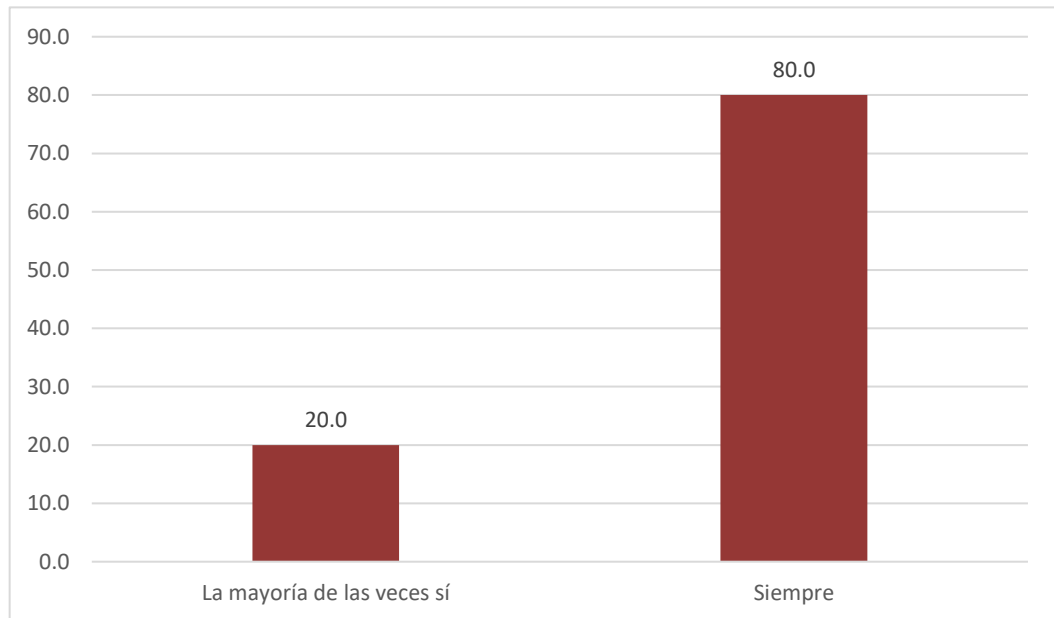


Figura 11 Frecuencia de recomendación de los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados, el 80% manifiesta que siempre recomendaría los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, mientras que el 20% menciona que la mayoría de veces sí recomendaría a la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, se recalca que con este resultado la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestra un alto nivel de credibilidad con los clientes con los que trabaja y que estos recomendarían a la empresa por los servicios que esta brinda.

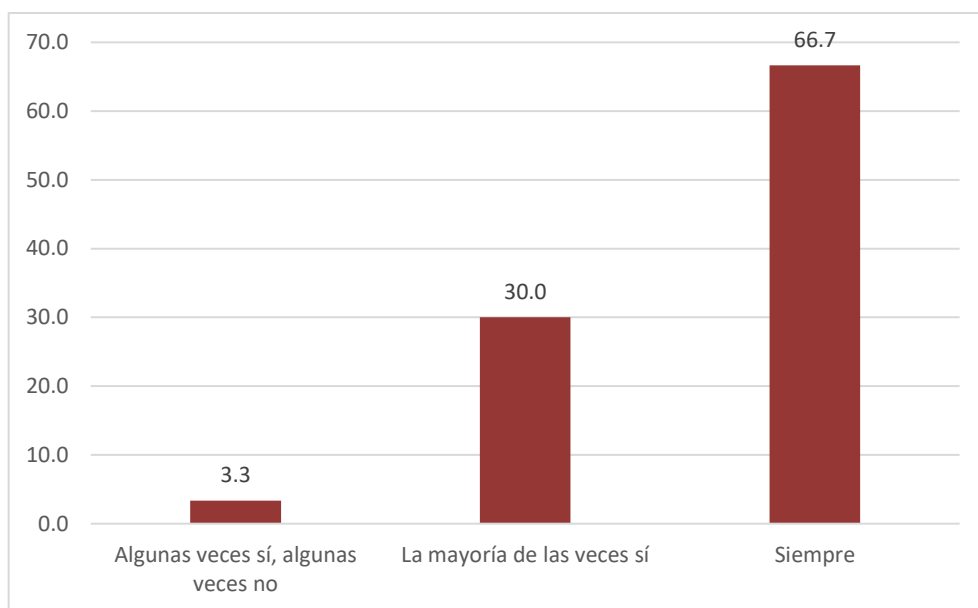


Figura 12 Frecuencia de preferencia a la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, antes que a la competencia.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: de la totalidad de clientes encuestados, el 66.7% menciona que tienen preferencia por la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, mientras que el 3.3%, refiere algunas veces sí y algunas veces no, muestra preferencia por la empresa. Recalcando así, que los clientes muestran una preferencia significativa por la empresa en comparación con la competencia local.

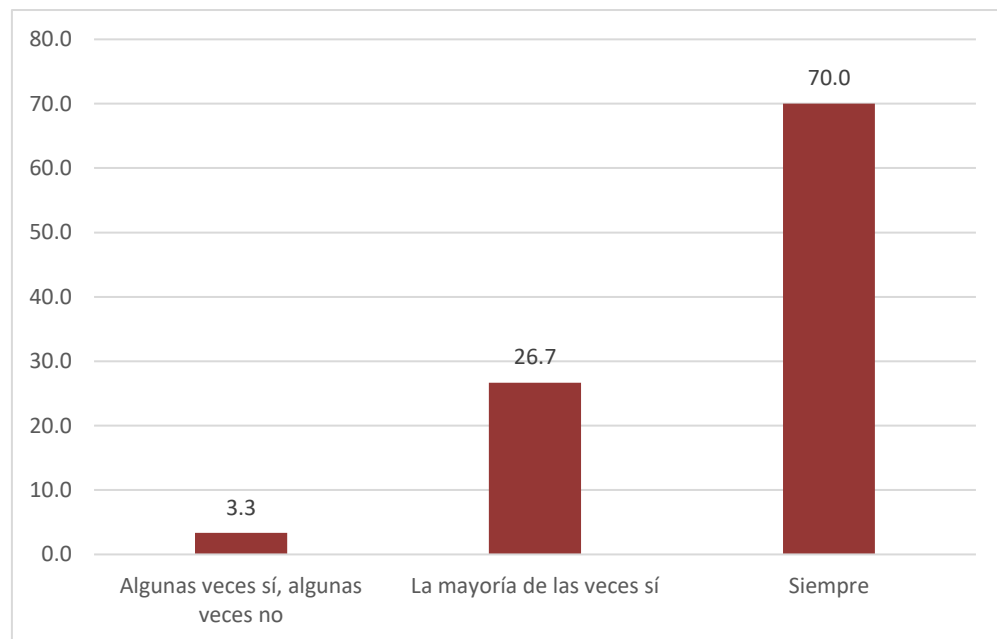


Figura 13 Frecuencia de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC al momento de elegir a sus proveedores.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: según el análisis del gráfico se evidencia que el 70% del total de los clientes encuestados siempre eligen a la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Como su primera opción al momento de elegir a sus proveedores, mientras que, el 3.3% menciona que algunas veces si eligen a la empresa y otras veces no.

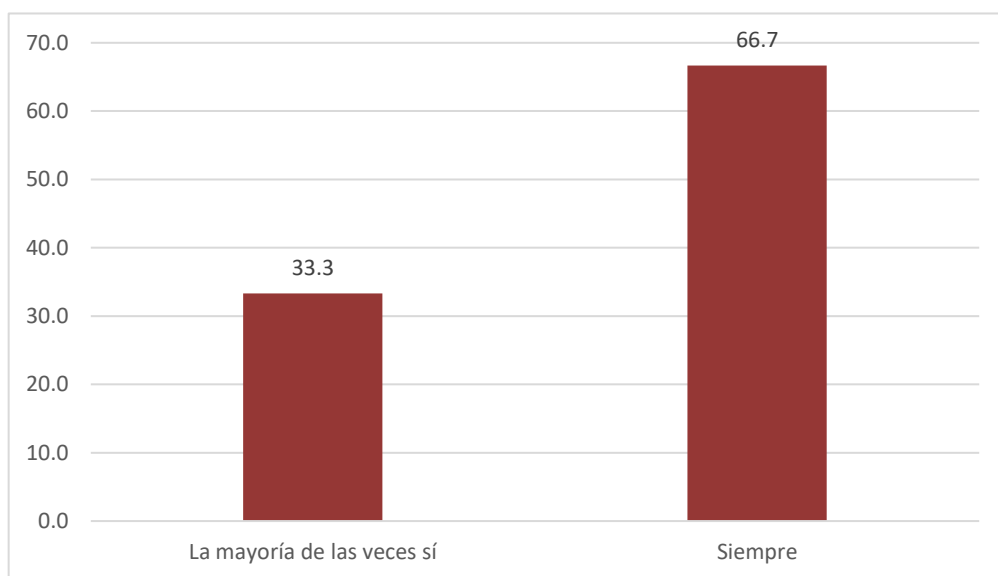


Figura 14 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Cumple con sus expectativas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en el grafico se muestra que del 100% de los clientes encuestados, el 66.7% considera que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC., siempre cumple con las expectativas de sus clientes, mientras que el 33.3% cree que la mayoría de veces si cumple con sus expectativas generadas.

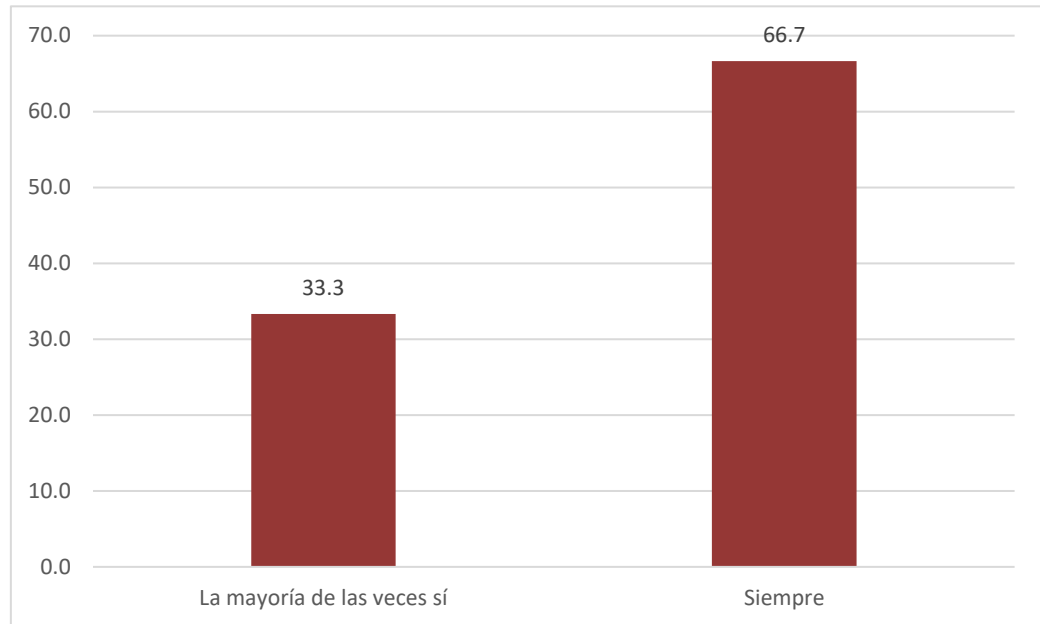


Figura15 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestra empatía en los problemas que se suelen presentar.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: Según el análisis del gráfico, esta muestra que el 66.7% de los clientes encuestados, mencionan que la empresa, siempre muestra empatía con los clientes en los conflictos o inconvenientes que se pueden presentar, asimismo, el 33.3% considera que la mayoría de veces la empresa sí muestra empatía con las situaciones que se pueden presentar.

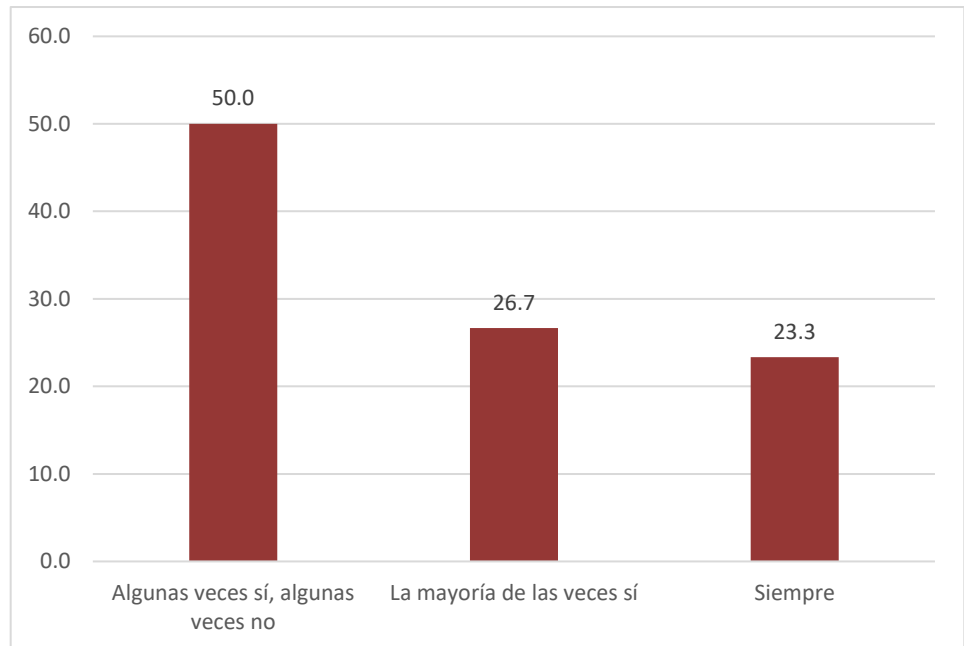


Figura 16 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la predisposición de brindar asesoramiento en el momento que es necesario a los clientes.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: según el análisis realizado, mediante el grafico correspondiente, se aprecia que el 50% de clientes consideran que algunas veces sí y algunas veces no, la empresa no tiene la predisposición de brindar asesoramiento al momento que un cliente lo requiere, mientras que el 23.3% opina que la empresa siempre brinda asesoramiento correspondiente en algún tema que se requiere de su apoyo.

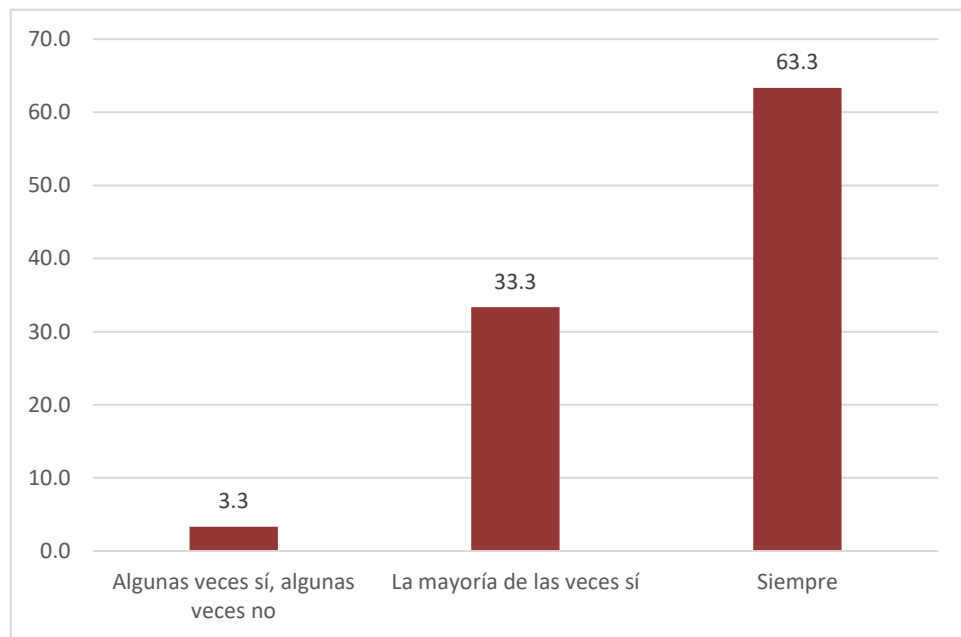


Figura 17 Frecuencia con que los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC atienden las necesidades presentadas en zona de trabajo.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: De la totalidad de encuestados, el 63.3% opina que los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, siempre atienden las necesidades de los clientes en las zonas de trabajo en donde se encuentren, pero el 3.3% de clientes encuestados consideran que algunas veces sí atienden las necesidades presentadas como algunas veces no las atienden.

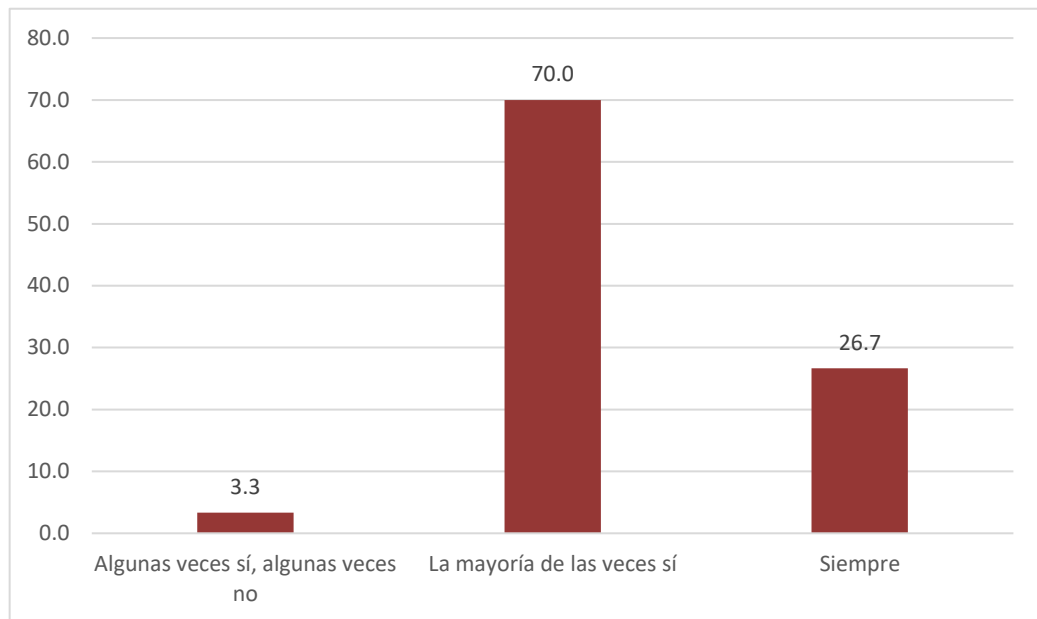


Figura 18 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, utiliza el tiempo recomendado en la atención.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: Del 100% de los clientes encuestados, el 70% manifiesta que el tiempo que utiliza la empresa para poder atender a los clientes la mayoría de las veces sí es el recomendable, mientras el 3.3% cree que algunas veces sí es el recomendado y en otras veces no es el tiempo recomendado para poder atender a los clientes.

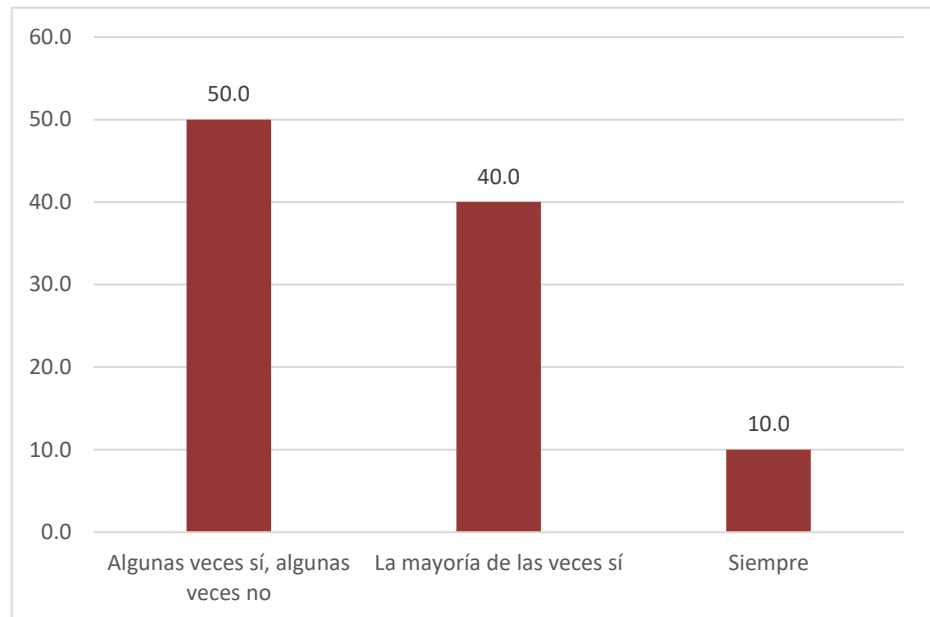


Figura 19 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene personal capacitado y calificado para atender sus necesidades empresariales.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: según el gráfico presentado, se muestra que del 100% de los clientes encuestados, el 50% considera que, algunas veces sí y algunas veces no, DF tiene personal que se encuentre capacitado para poder atender las necesidades empresariales de cada cliente, a la vez, el 10% cree que siempre es atendido por personal calificado para solucionar sus necesidades empresariales.

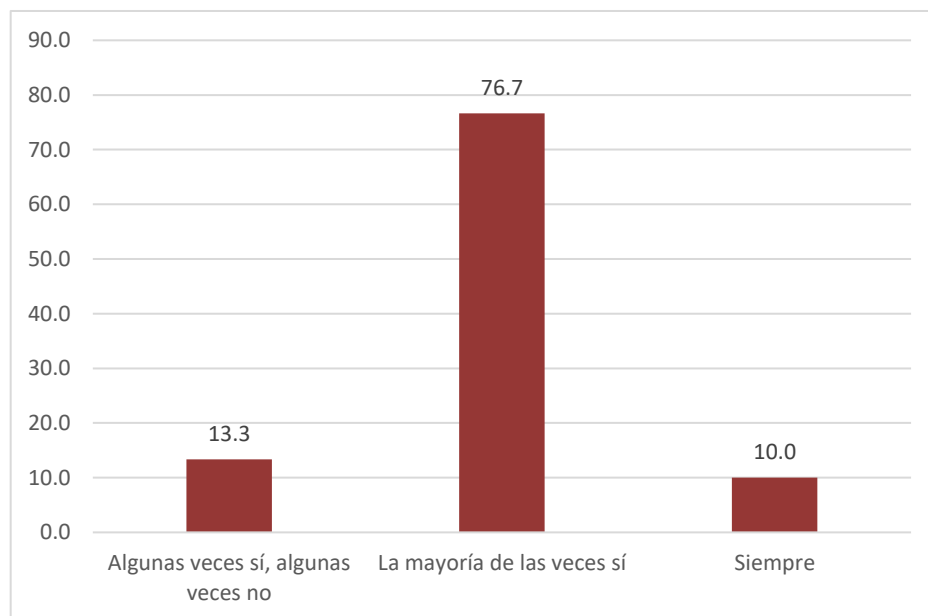


Figura 20 Frecuencia de satisfacción con la atención al cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en el gráfico presentado se observa que, de los encuestados que fueron el 100%, el 76.7%, considera que la mayoría de veces SI se encuentra satisfecho con la atención que recibe por parte de la empresa DF, a la vez, el 10% manifiesta que siempre se encuentra satisfecho con la atención recibida por parte de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

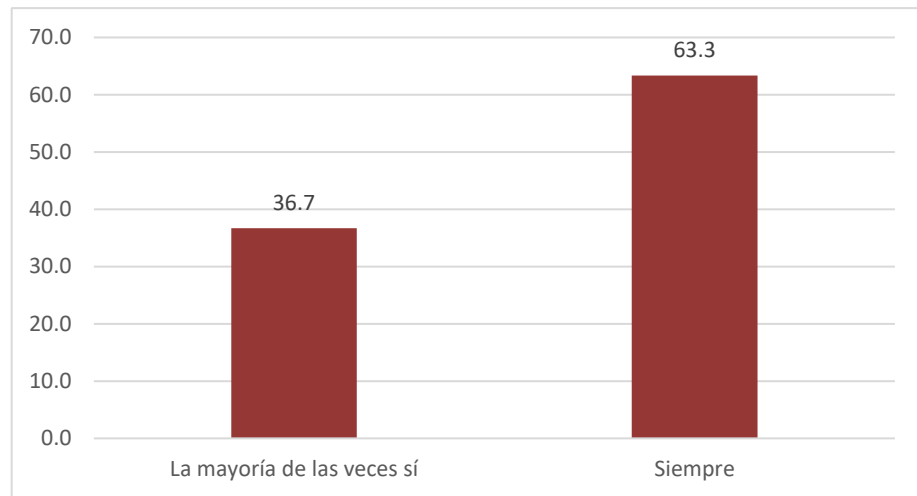


Figura 21 Frecuencia con la que considera que está satisfecho con los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: el grafico muestra que el 63.3% siempre está satisfecho con los servicios que brinda la empresa a los clientes externos. Por otro lado, el 36.7% considera que la mayoría de veces sí, se encuentran satisfechos con los servicios recibidos por parte de la empresa DF.

Análisis descriptivos de la variable de Calidad de Servicio.

Los resultados que se presentan, son obtenidos luego de la aplicación de la técnica encuesta, mediante el instrumento cuestionario a 30 clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Cajamarca 2020, para la variable de atención al cliente.

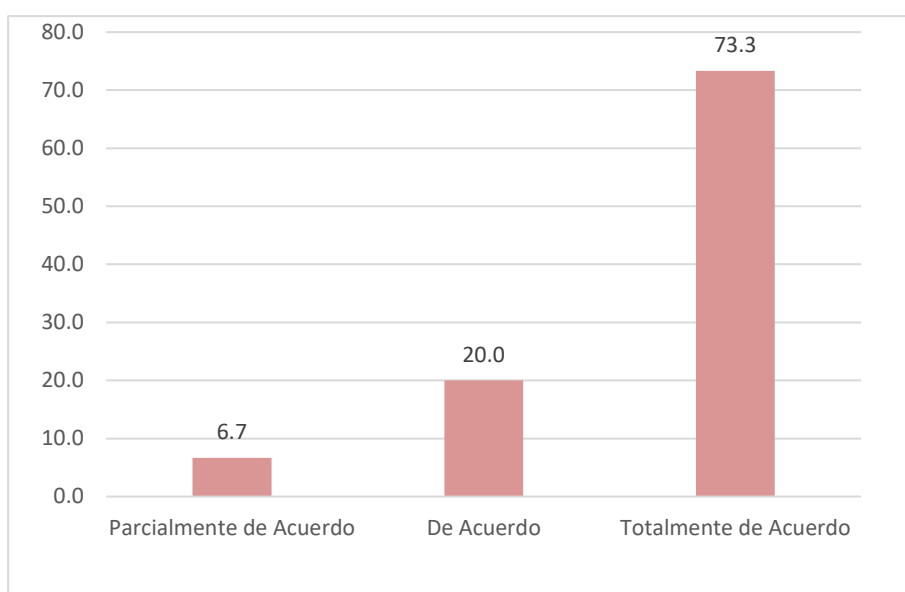


Figura 22 Frecuencia con que el personal operativo de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, son profesionales competentes en su labor.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en el grafico que se observa se puede identificar que el 73.3% está totalmente de acuerdo con que el operativo de la empresa DF son profesionales competentes en sus labores y el 6.7% menciona estar parcialmente de acuerdo con esta respuesta.

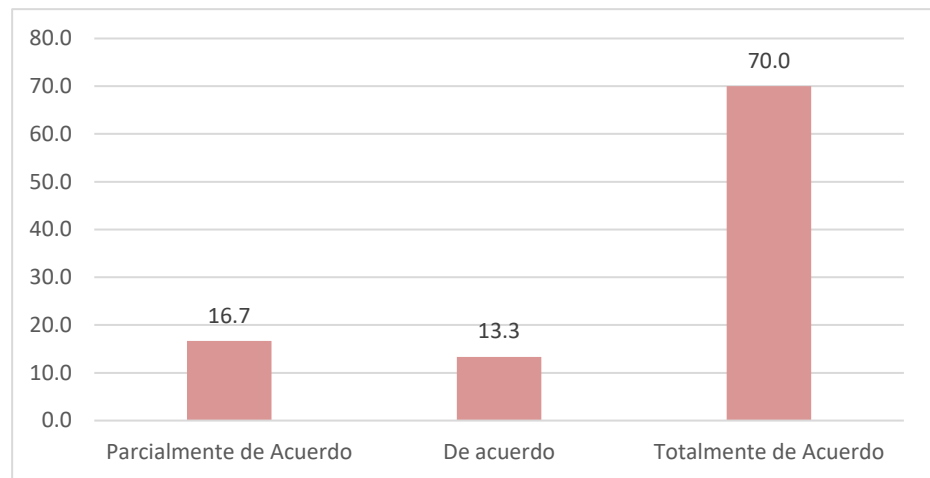


Figura 23 Frecuencia con que el personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda una atención adecuada y eficaz.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: Según el análisis se muestra que el 70% de los clientes encuestados, están totalmente de acuerdo con que el personal de la empresa DF brinda una atención adecuada y eficaz, mientras tanto el 13.3% están de acuerdo con que la atención brindada es la adecuada

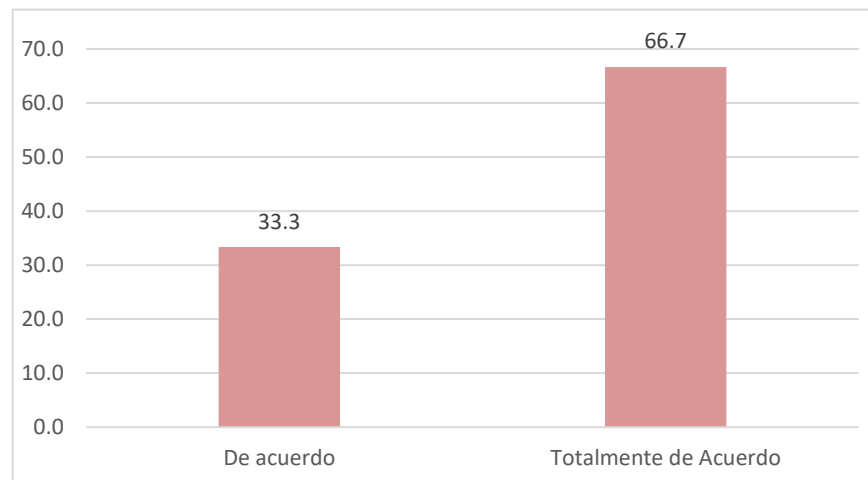


Figura 24 Frecuencia de cumplimiento con los cronogramas establecidos de los proyectos, de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados, el 66.7%, están totalmente de acuerdo con que la empresa DF cumple con los cronogramas establecidos en los proyectos que realiza, por otro lado, el 33.3% están de acuerdo que la empresa si cumple con los cronogramas establecidos en proyectos a su cargo.

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

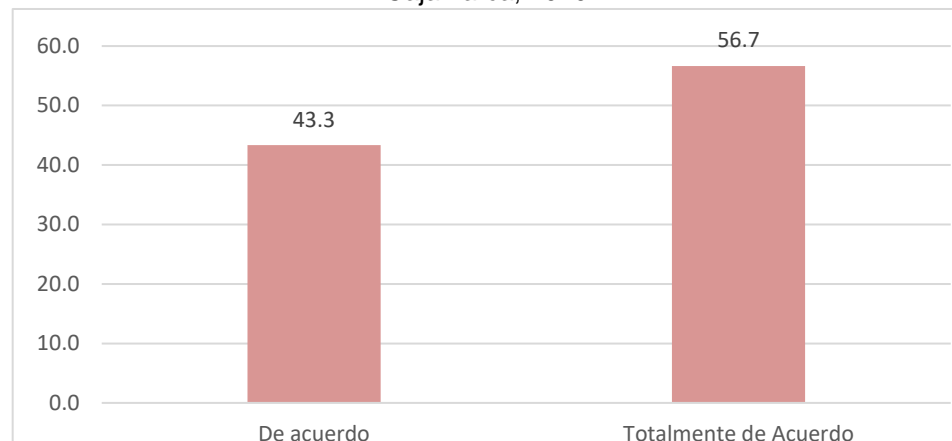


Figura 25 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de resolver incidentes presentados en el momento.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: de acuerdo al análisis ejecutado, podemos concluir que el 56.7% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo con que la empresa tiene la capacidad de resolver los incidentes que se pueden presentar en las ejecuciones de las actividades, mientras que el 43.3% considera estar de acuerdo con la capacidad de respuesta que la empresa brinda en determinados momentos.

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

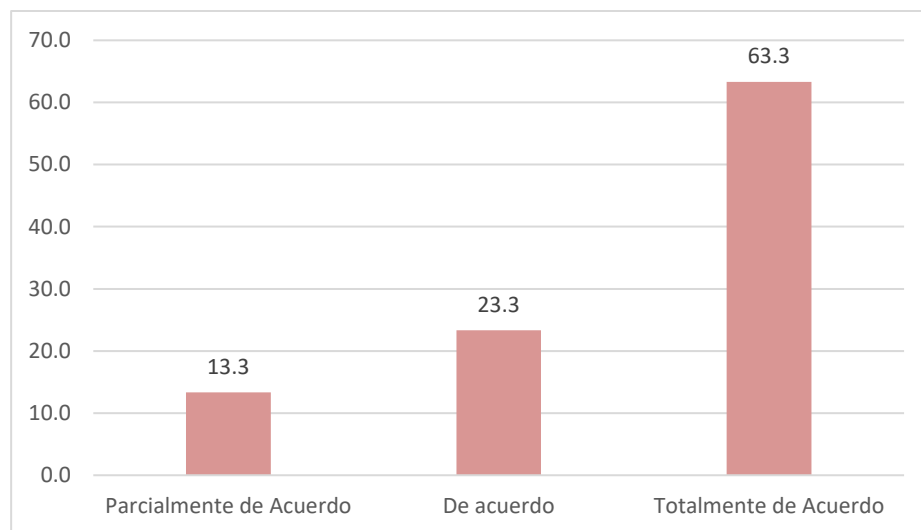


Figura 26 Frecuencia con que los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestran predisposición para resolver dudas e inquietudes presentadas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en el grafico se muestra que, de la totalidad de clientes encuestados, el 63.3% consideran estar totalmente de acuerdo con que los colaboradores muestran una predisposición para resolver dudas e inquietudes presentadas por los clientes, mientras tanto, el 13.3% está parcialmente de acuerdo con dicha afirmación

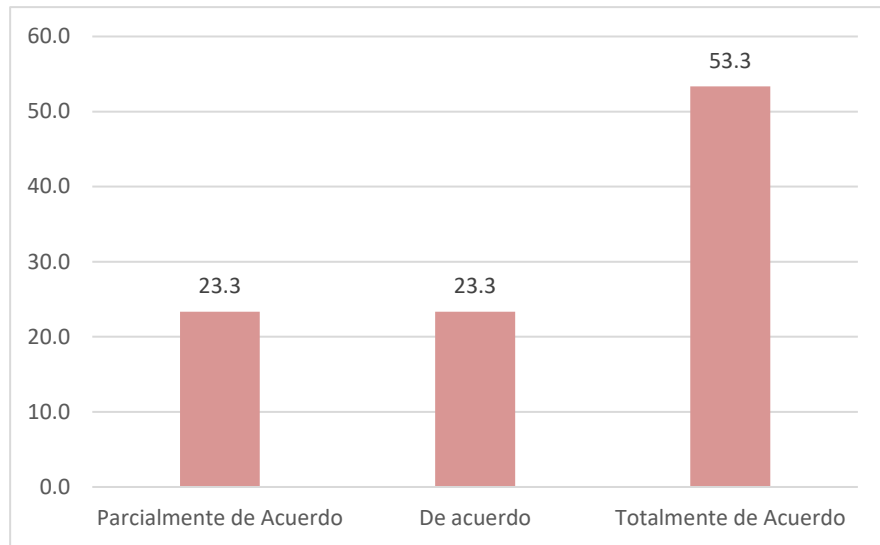


Figura 27 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda soporte logístico de manera oportuna y rápida.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: según el análisis realizado y el cual se muestra en el gráfico, podemos concluir que del 100% encuestados (30 clientes), el 53.3% menciona estar totalmente de acuerdo con el soporte logístico que brinda la empresa DF, asimismo, el 23.3% considera estar parcialmente de acuerdo con dicha afirmación.

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

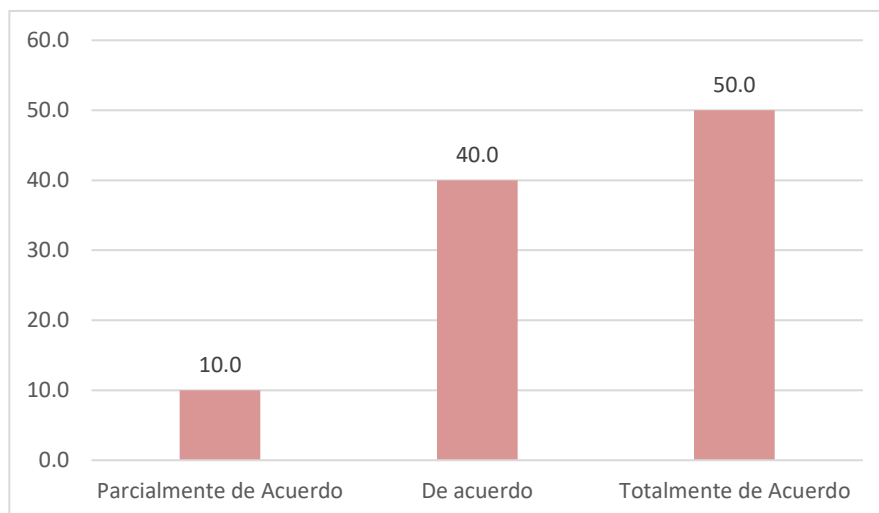


Figura 28 Frecuencia con que los colaboradores de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tienen la disposición de ayudar al cliente.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del 100% de los clientes encuestados (30 clientes), el 50% menciona estar totalmente de acuerdo con la disposición que tienen los colaboradores para ayudar a los clientes de la empresa DF, por otro lado, el 10% cree estar parcialmente de acuerdo.

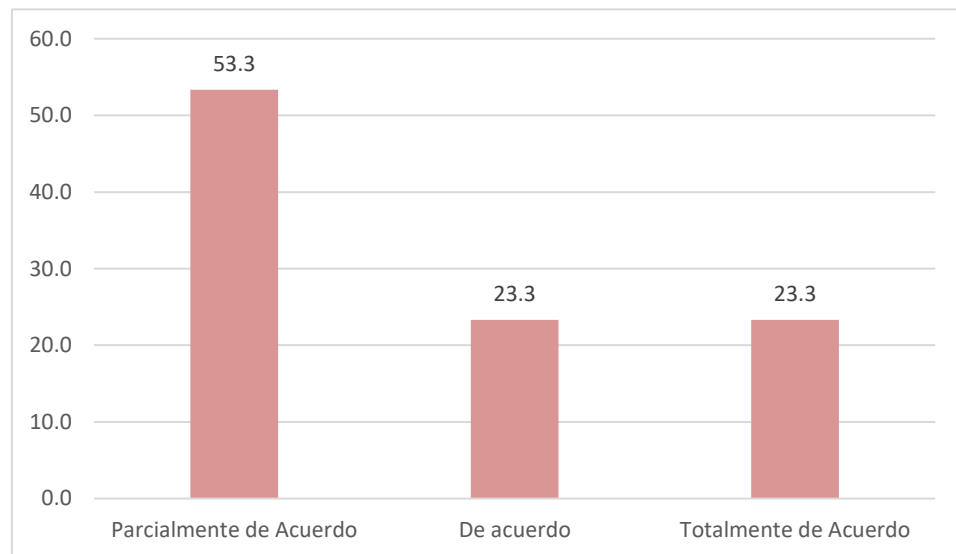


Figura 29 Frecuencia de distribución de las áreas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del total de los encuestados que fueron 30 clientes, siendo estos el 100%, el total de encuestado, el 53.3% ha manifestado estar parcialmente de acuerdo con la distribución de las áreas con las que cuenta la empresa, mientras que el 23.3% considera totalmente de acuerdo como está distribuido las áreas con las que cuenta la empresa.

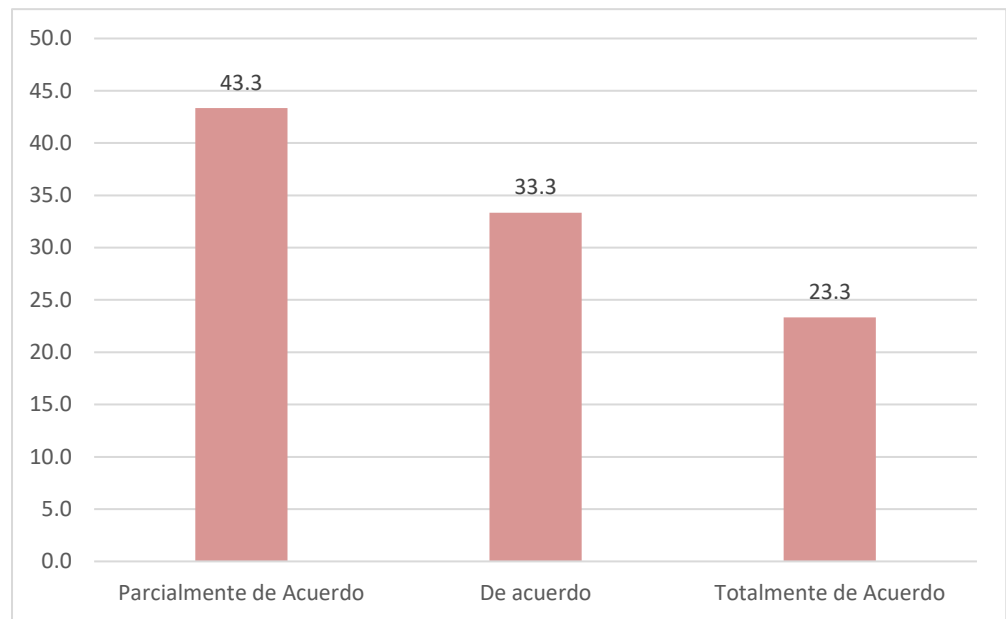


Figura 30 Frecuencia de iluminación de infraestructura dentro de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: la gráfica muestra que, el 43.3% de los clientes encuestados mencionan estar parcialmente de acuerdo con la iluminación de la infraestructura que tienen la empresa DF, mientras que el 23.3% considera estar totalmente de acuerdo en la afirmación plasmada en la presente encuesta.

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

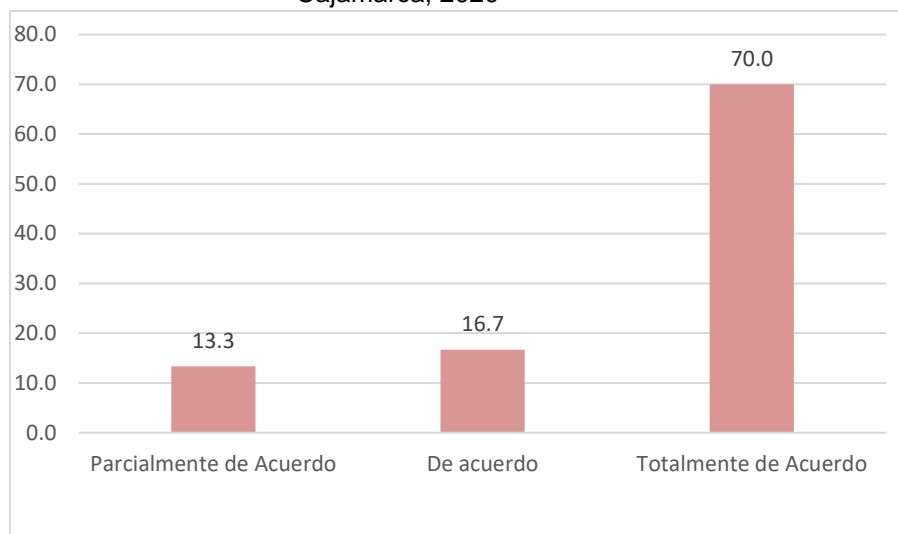


Figura 31 Frecuencia aceptación a los equipos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en la gráfica se evidencia que el 70% de los clientes encuestados consideran estar totalmente de acuerdo con que los equipos con los que cuenta la empresa son los adecuados para poder ejecutar proyectos y actividades, mientras tanto el 13.3% manifiesta estar parcialmente de acuerdo con dicha afirmación, llegando a la conclusión que la mayoría de clientes se encuentran conformes con la maquinaria y equipos que tiene la logística de dicha empresa,

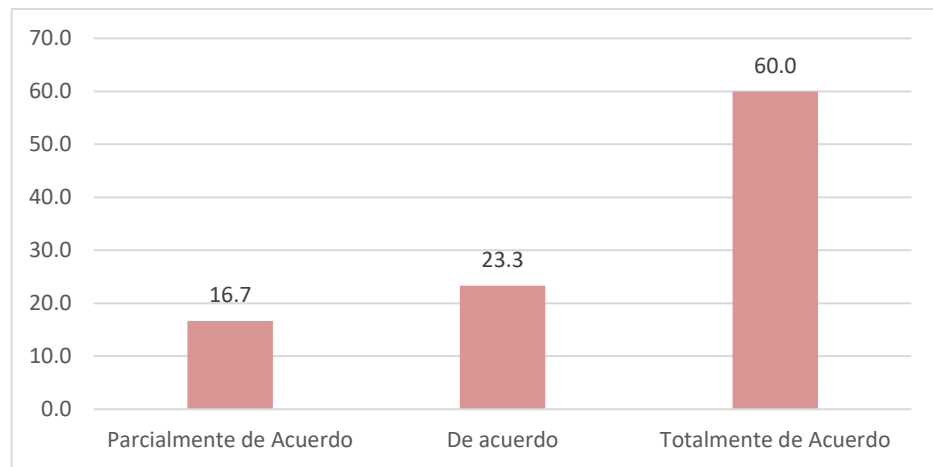


Figura 32 Frecuencia de aceptación en modernidad y calidad de las herramientas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en el grafico se puede apreciar que el 60% de los clientes encuestados mencionan estar totalmente de acuerdo con las herramientas que tiene la empresa, a la vez, el 16.7% añade estar parcialmente de acuerdo con lo mencionado, llegando a considerar que la empresa si tiene las herramientas modernas y de calidad que se requiere para poder ejecutar proyectos y actividades de su rubro.

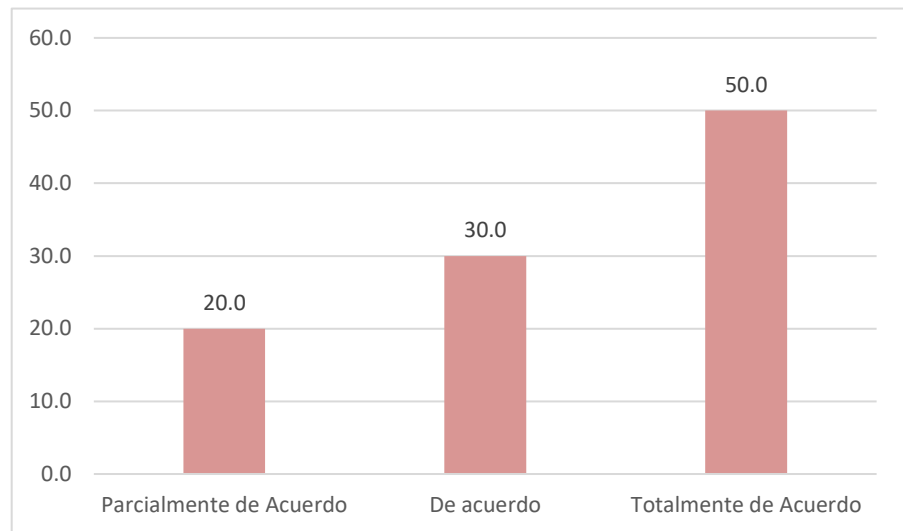


Figura 33 Frecuencia de uso de EPPS por el personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en la gráfica adjunta, podemos apreciar que el 50% de clientes encuestados, están totalmente de acuerdo en que el personal usa de manera adecuada los EPPS que se les brinda para la ejecución de actividades, mientras que el 20% está parcialmente de acuerdo con lo mencionado.

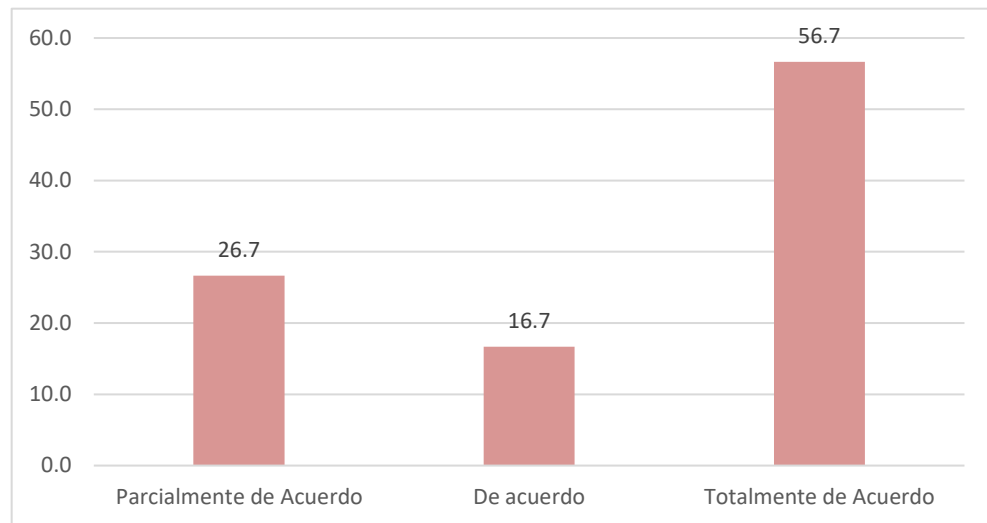


Figura 34 Frecuencia de aceptación del taller de operaciones de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en la gráfica se puede apreciar que, del 100% de los clientes encuestados, el 56.7% está totalmente de acuerdo, en que el taller de operaciones de la empresa DF, cumple con las normativas establecidas por las entidades correspondientes, mientras que el 16.7% está de acuerdo con esta afirmación, llegando a considerar que en más del 50% de clientes avalan y respaldan las operaciones que esta realiza dentro de sus instalaciones.

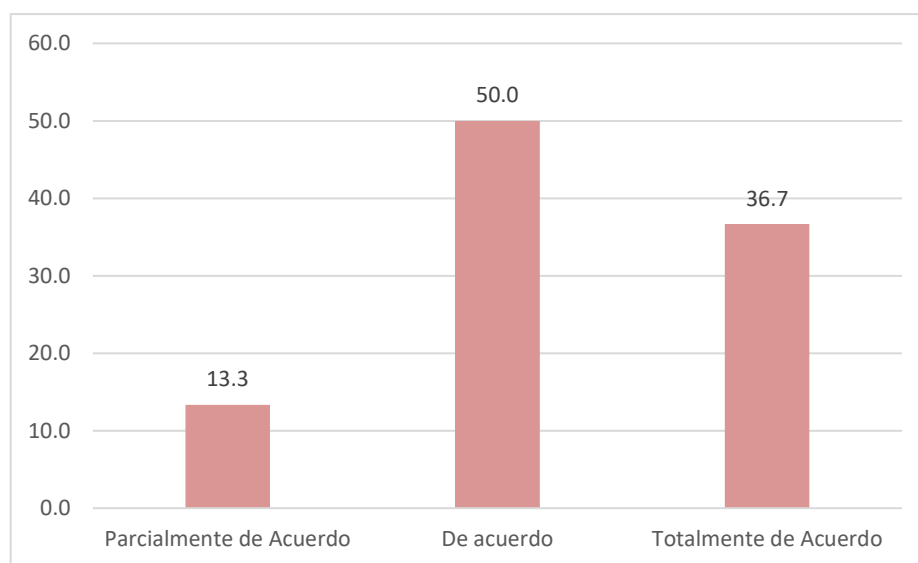


Figura 35 Frecuencia de aceptación con las homologaciones de calidad con las que cuenta la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: podemos llegar a la conclusión que, del 100% de encuestados, el 50% está de acuerdo en que la empresa DF cuenta con las homologaciones correspondientes en todos los servicios que brinda y el 13.3% opina estar parcialmente de acuerdo con dicha expresión.

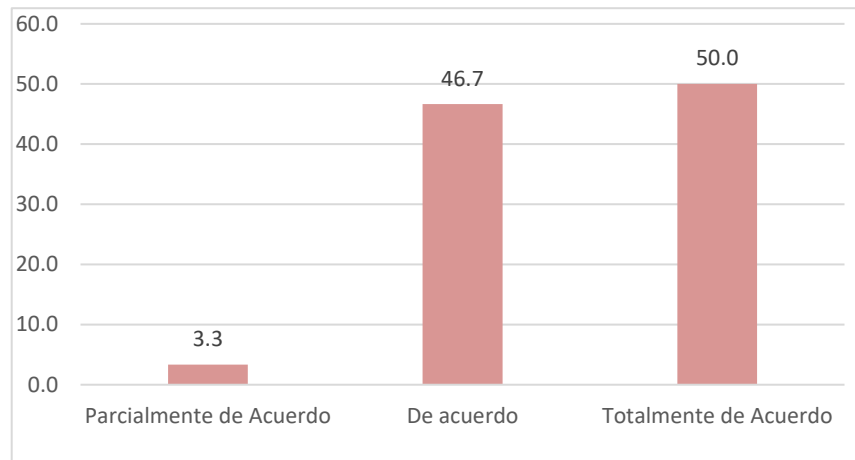


Figura 36 Frecuencia con que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC cuenta con extintores y equipos en caso de emergencia.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: en la gráfica podemos identificar que los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo en que la empresa cuenta con extintores y equipos en caso de emergencia, arrojando un porcentaje del 50%, mientras que, el 3.3. % menciona estar parcialmente de acuerdo con lo mencionado.

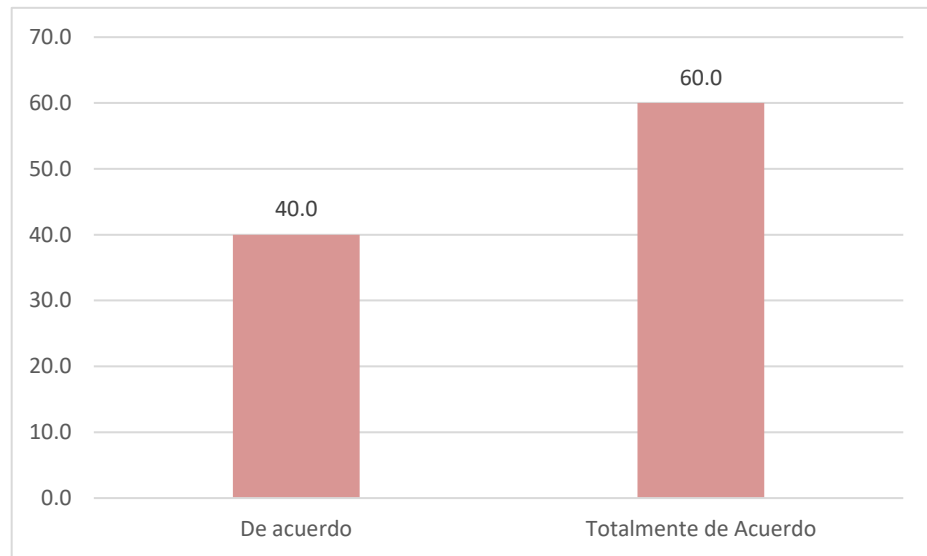


Figura 37 Frecuencia de cumplimiento de expectativas por los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC .

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: según el resultado obtenido bajo aplicar las encuestas de estudio correspondientes, podemos concluir que, el 60% están totalmente de acuerdo en que la empresa DF si cumple con sus expectativas y el 40% afirma estar de acuerdo con lo mencionado, llegando a concluir que la empresa muestra una acogida positiva con los clientes con los que mantiene una relación laboral.

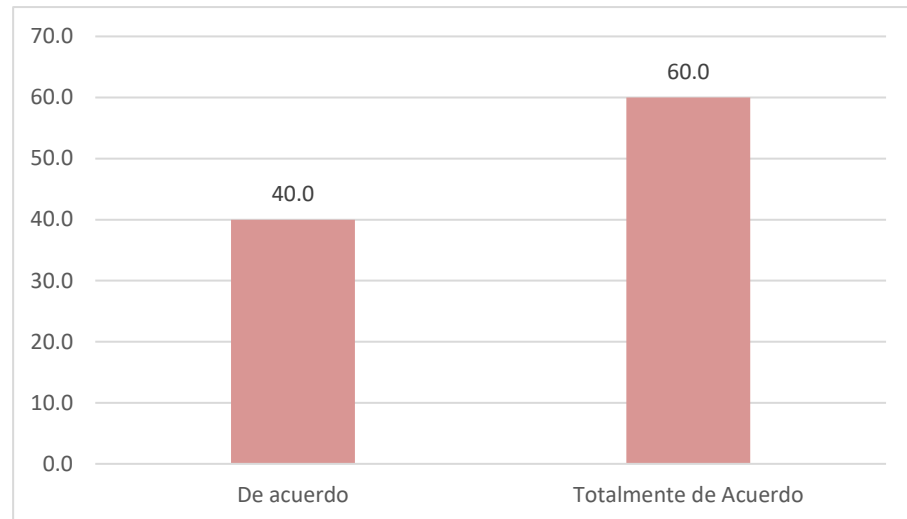


Figura 38 Frecuencia de amabilidad y confianza de los colaboradores con los que cuenta la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: de la muestra de estudio realizada obteniendo un 100% de encuestados (30 clientes), el 60% afirma estar totalmente de acuerdo con que los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, son amables y brindan la confianza necesaria a sus clientes, a la vez el 40% considera estar de acuerdo con la atención que reciben por parte de Staff de colaboradores de la empresa DF.

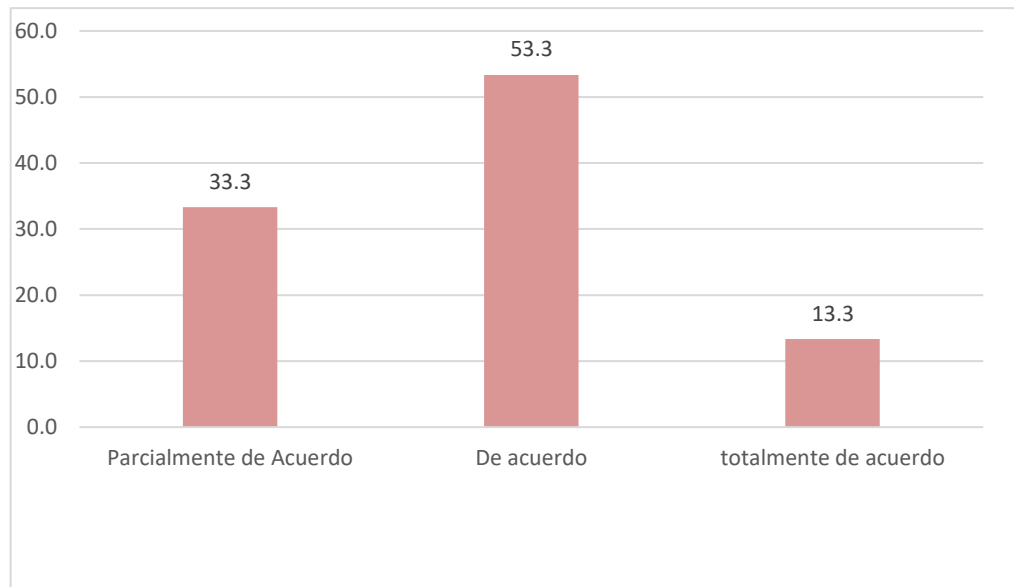


Figura 39 Frecuencia de amabilidad que muestran los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del total de encuestados, podemos analizar en la gráfica de barras, que el 53.3% están de acuerdo en el trato y la amabilidad que muestran los colaboradores hacia los clientes, mientras que el 13.3% afirma estar totalmente de acuerdo en el trato recibido por parte del personal operativo y administrativo de la empresa DF.

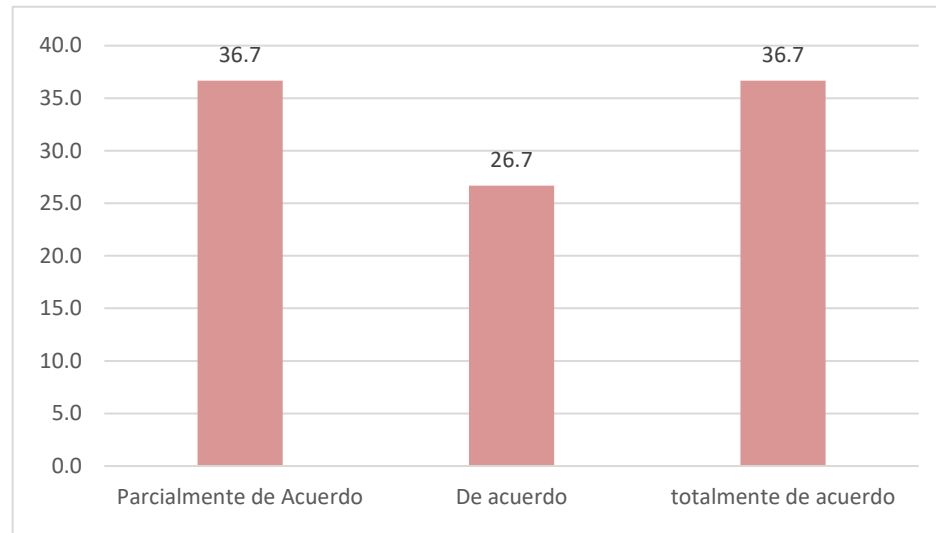


Figura 40 Frecuencia de comunicación gestual y verbal de los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Interpretación: del total de la muestra de estudio al 100% (30clientes), el 36.7% afirma estar totalmente de acuerdo con la comunicación gestual y verbal que reciben por parte de los colaboradores, mientras que el otro porcentaje del 26.7% manifiesta estar de acuerdo con dicha comunicación, concluyendo así que el colaborador tiene un trato adecuado hacia el cliente.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Tras haber analizado los resultados del estudio sobre La hipótesis planteada en esta investigación, la calidad de servicio se relaciona significativamente en la atención de los clientes de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la ciudad de Cajamarca en el año 2020, se presenta la discusión de los mismos, que nos permiten evidenciar los resultados para establecer una relación positiva entre ambas variables, concluyendo que las dimensiones de calidad de servicio se relacionan de manera positiva en la atención al cliente de la empresa donde se llevó a cabo la presente investigación, en esta se probó una relación mediante pruebas de Chi cuadrado de Pearson que nos dice que, en las dimensiones de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, existe una relación significativa con la variable de atención al cliente. Por ello, significa que existe una relación positiva entre ambas, puesto que las actividades que desarrolla la empresa, están relacionadas con la calidad de servicio y la atención al cliente.

En tal motivo, se debe tener en cuenta, que los resultados obtenidos en la presente investigación, probaron una relación positiva, mediante el cálculo del coeficiente del alfa de Cronbach, dando como valor que es igual a 0,924, el cual nos permite afirmar que la calidad de servicio se relaciona de forma positiva con la variable atención al cliente de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, Cajamarca 2020.

Debemos considerar que, la calidad del servicio es un tema actual perteneciente a las líneas de investigación de marketing, La mayor parte del trabajo hasta ahora realizado por

diferentes autores, se centra en debatir acerca de los determinantes que subyacen a la calidad de los servicios, las corrientes más importantes apuntan por la diferencia entre lo que los clientes esperan y lo que reciben, otros se establecen que este parámetro de medición no es el más adecuado y que hay otros. El problema principal es el determinar de qué manera se puede medir la calidad del servicio, de tal manera que la organización conozca si efectivamente el cliente está recibiendo el servicio que espera recibir, asimismo, podríamos establecer que el análisis de la calidad del servicio se inicia formalmente con el artículo de (Parasuraman, 1985), en el que se propone un modelo de Calidad del Servicio, el cual es redefinido y denominado SERVQUAL por los mismos autores en 1988. Estos autores, dan a entender que lo más importante es poder identificar y medir la calidad de servicio que se ofrece a los clientes, ya que ellos juzgan el comportamiento, la forma de como reciben la atención y la calidad de servicio que perciben al momento de adquirir un servicio determinado, debemos tener presente que el cliente es el factor más importante y del cual dependemos al momento de brindar un servicio, ya que si este es malo, pues el cliente jamás vuelve y si el servicio es de calidad ganaríamos un cliente el cual se fidelizará por las características y beneficios que este obtiene de la empresa.

Este resultado, se respalda con lo encontrado por (Rivera Manrique, 2018), quien resalta que la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes, llegando a concluir que confirma la hipótesis y que si existe correlación entre las dos variables de estudio y se clasifica como un nivel de relación moderado de acuerdo a la escala de coeficientes de correlación.

Por otro lado, los resultados de los estudios realizados confirman lo que dice , (Chugnas & Núñez, 2018), quien menciona que existe una Relación entre la Calidad de Servicio y la

Satisfacción del cliente del Complejo Baños del Inca, 2018. Concluyendo que su hipótesis comprueba que existe una relación directa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente, en los clientes del complejo turístico Baños del Inca. lo cual permite afirmar que el grado de relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente del complejo turístico Baños del Inca es estadísticamente significativa positiva perfecta. Esto nos da como resultados que la relación que existe entre las dos variables de este estudio confirman una relación positiva. Por ello, esto afianza y confirma la hipótesis planteada en el trabajo de investigación de la empresa DF.

A la vez, se considera a (Galarza Cajahuaringa, , 2018), quien tuvo por objetivo proponer la implementación de herramientas de calidad para la mejora de gestión de procesos en la organización, a través del uso de la metodología PHVA y las fases que plantea. El resultado del análisis indicó que la deficiencia de la gestión de procesos está asociada a principalmente tres puntos; la falta de verificación en aspectos de calidad al servicio realizado, el desabastecimiento de insumos y la falta de un plan de mantenimiento preventivo; para estos puntos se planteó el desarrollo de la propuesta de solución, el cual consiste en la implementación de herramientas de calidad. Finalmente se plantea la propuesta por medio de tres objetivos para los cuales se establecen soluciones técnicas, cronogramas, presupuesto y evidencias, llegando concluir que es de suma importancia contar con un flujo de procesos para cada actividad, ello ayuda a poder tener un mejor control de calidad y con ello mejorar la producción de la empresa. Asimismo, esto conduce que a se logre tener el control de lo que produce la empresa y a mejorar los procesos, tanto en calidad de servicio como en atención al cliente.

Por ello, (Alvarez Cabrera, 2019), cree que es importante mencionar que la calidad de servicio comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio y es una de las variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing y a su vez la lealtad permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio demostrando la relación entre las 6 dimensiones de la calidad de servicio (Tangibles, Accesibilidad, Precio, Efectividad y seguridad, Portafolio de servicios, Fiabilidad) con las dos dimensiones de la lealtad del cliente (Lealtad conductual, Lealtad actitudinal). Apoyando de esta manera el presente trabajo de investigación, donde se afirma que existe relación entre las dimensiones de calidad de servicio con la atención al cliente.

Asimismo, (Espinoza Fernández, 2018), concluye que, en la información recopilada mediante entrevistas al personal del Hotel el Molino se encontró que los procesos administrativos son primordiales para la óptima realización de las actividades diarias de trabajo y para cumplir con la total satisfacción de los clientes. Además, la aceptación que tiene de usuarios es positiva ya que supieron manifestar que su fidelidad es alta. De acuerdo al estudio realizado se determinó que la gestión administrativa es muy importante ya que permite agilizar los procesos de manera eficiente, a través de la buena planificación organización dirección y control de todos los directivos de una empresa, para de esta manera conseguir una excelente calidad en el servicio al cliente. A través del modelo Servqual se pudo identificar que el grado de satisfacción de los huéspedes del hotel el molino es significativamente alto, es por ello que le ha permitido colocarse entre los mejores de la Ciudad de Riobamba, además proyectarse para brindar un servicio de excelencia hacia futuros clientes. Este resultado de investigación que, mencionada este autor, nos permite

fortalecer nuestros resultados, ya que mediante el modelo Servqual nos ayuda a determinar expectativas y percepciones de los clientes y saber en qué situación se encuentra la empresa que ha sido fuente de estudio,

Por último, (Reyes, 2019), analiza que, la calidad en los servicios y la satisfacción al cliente han sido un tema de gran interés para las organizaciones e investigadores, ya que ninguna empresa puede sobrevivir en el mercado, sin desarrollar la satisfacción al cliente y la lealtad a la marca, concluyendo que, mediante la aplicación del modelo teórico SERVQUAL, cuya herramienta estadística confiable permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes. Además, permitió conocer con exactitud qué es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la experiencia de la calidad del servicio.

Finalmente, un factor importante para poder concluir que es de suma importancia la calidad de servicio que se ofrece a los clientes y que esta va de la mano con la atención al cliente que brinda la empresa DF. Teniendo en cuenta que la empresa toma en cuenta e implementa las opiniones y recomendaciones que brindan los clientes en un determinado momento. Esto se explica en el sentido que la empresa aplica una política de atención de sugerencias, y dentro de las posibilidades, las atiende, satisfaciendo así las necesidades de sus clientes,

Conclusiones

Concluimos que, existe una relación positiva entre la calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

A la vez, se concluye que, la dimensión Confiabilidad muestra una gran importancia en la variable calidad de servicio, del 100% de los clientes encuestados, el 60% muestra un alto nivel de confiabilidad en la calidad de servicio que brindan los colaboradores a los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.

Asimismo, Se identificó que, en la dimensión Comunicación, el 50% de los clientes encuestados mencionan que los colaboradores siempre brindan una buena comunicación a los clientes externos pues reciben una comunicación efectiva por parte de los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC.

Finalmente, podemos afirmar que existe relación positiva entre las dimensiones de calidad de servicio con la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020.

REFERENCIAS

- Fayol, H., & Taylor, F. (s.f.). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Shelley , P. (2019). Por qué es importante la credibilidad de las empresas (y cómo desarrollarla). *HubSpot*.
- (2017). Obtenido de <http://actualidadempresa.com/satisfaccion-del-cliente-importancia-e-infraestructura-necesaria/>
- Alvarez Cabrera, P. C. (2019). *Calidad De Servicio y su Incidencia en la Lealtad del Cliente de la Empresa Grupo Multiservis S.R.L.* Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24303/Alvarez%20Cabrera%2c%20Paola%20Consuelo.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Angulo, P. L. (s.f.).
- Argote Perez , D., Minguela Fernández, K., Acosta Arámburo , P., & Sandoval Perez , J. (Agosto de 2010). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/merlina10/diseo-no-experimental-transversal-252>
- Chiavenato , I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración Séptima Edición*. McGraw-Hill Interamericana.
- Chugnas, A., & Núñez, R. (2018). *Relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del cliente del Complejo Baños del Inca*. Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/842/TESIS%20Calidad%20-%20Satisfacci%c3%b3n%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cordova Ayac, L. M. (2017). *Nivel de Calidad de Servicio de la Empresa MACGA SAC, Usando el Modelo SERVQUAL*. Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12659/Cordova%20Ayac%2c%20Liliana%20Mardeli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza Fernández, O. J. (2018). *La Gestion Administrativa y la Calidad de Servicio al Cliente en el Hotel El Molino*. Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5776/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2019-0022.pdf>
- Eva, C. (2020). *Porque Conocer Mejor a tus Clientes* . Sage Advice.
- Galarza Cahuaruanga, , C. (2018). *Implementación de herramientas de calidad para la mejora de la gestión de procesos en una empresa metalmecánica*. Lima. Obtenido de <file:///C:/Users/VICTOR/Downloads/TESIS%20Galarza%20Cristina.pdf>
- Gomez Panamá , J. L. (2018). *Desarrollo del modelo SERVQUAL para la medicion de la Calidad del Servicio en una Academia de enseñanza de idiomas* . Guatemala .
- Kotler , P., & Armstrong , G. (2012).
- Lama, E. M. (s.f.).
- Lascurain, I. (2012). *DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD EN EL SERVICIO DE UNA EMPRESA DE UNIDADES DE ENERGÍA ELECTRICA INTERRUMPIDA*". MEXICO.

- López, A. (2015). *Plan de Accesibilidad*. Ceapat. Obtenido de Plan de accesibilidad.
- Lopez, M. (2018). Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente. *El Buzón de Pacioli*, 5.
- Mejía. (2012).
- Mendoza, M., & Intriago, E. (2017). *APLICACIÓN DE MODELO SERVQUAL PARA POTENCIALIZAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL DISNEY PARK*. QUITO.
- Mi Diplomado.com*. (23 de Agosto de 2018). Obtenido de Mi Diplomado.com: <https://www.midiplomado.com.mx/wp/2018/08/23/dimensiones-servicio-cliente/>
- Organización Europea para el Control de Calidad, (EOQC). (s.f.).
- Parasuraman, Z. y. (1985).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2008).
- Requena Ponce, M., & Serrano López, G. C. (2007). CALIDAD DE SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DE CLIENTES, USUARIOS Y AUTO-PERCEPCION DE EMPRESAS DE CAPTACION DE TALENTO. Caracas.
- Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de*. Guayaquil, Ecuador .
- Rivera Manrique, J. A. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa construcciones y contratistas generales H.R.J.J., E.I.R.L. del programa techo propio, Lima, 2018*. Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20682/Rivera_MJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez. (2005).
- Rojas, S., & Rubio, R. (2018). Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4960/Rojas%20S%20a%20Inchez%20%26%20Rubio%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sampieri, R. (2006.). *Portafolio Académico* . Obtenido de Diseño, Tecnología e Innovación: <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>
- Serna Gómez, H. ((2006)).
- SERNA GÓMEZ, H. ((2006)).
- Serna Gomez, H. (2006). *Gestion Administrativa* . Obtenido de Con la tecnología de Blogger.
- Silva, P. D. (1 de JUNIO de 2020). *Web Content & SEO Associate*, . Obtenido de LATAM: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Stoner. (1996).
- The ISO Survey of Certifications 2010,. (s.f.).

ANEXOS

Prueba de hipótesis de la normalidad

1. Formulación de hipótesis

H_0 : La distribución de los datos se ajustan a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$

H_1 : La distribución de los datos no se ajustan a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$

2. Nivel de significancia

$$\alpha = 0.05$$

3. Estadígrafo de prueba

Se utilizó la prueba estadística de Shapiro-Wilk, como el tamaño de la muestra es menor igual de 30

Tabla 15 Pruebas de normalidad de Calidad de Servicio y Atención al Cliente

| Pruebas de normalidad | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-----------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Calidad de Servicio | ,440 | 30 | ,000 | ,577 | 30 | ,000 |
| Atención al Cliente | ,313 | 30 | ,000 | ,754 | 30 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

4. Toma de decisión

Se observó que Sig. (bitateral) = 0.000 es mayor a nivel de significancia $\alpha = 0.05$ en las variables de Calidad de Servicio y Atención al Cliente.

Por lo tanto, la distribución de los datos no se ajusta a una distribución normal $\sim N(\mu, \sigma)$, trabajo con una prueba no paramétrica para comprobar la influencia se utilizara la prueba estadística Chi cuadrada para datos con escala ordinal.

Anexo n° 1 Matriz de consistencia

CoTitulación: La calidad de servicio y su influencia en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

| MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | | | |
|--|--|---|-------------------------------|---|--|--|
| FORMULACION DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES CATEGORIAS | DEFINICION DE VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES |
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVOS GENERALES | HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLE INDEPENDIENTE | | | |
| ¿Cómo la calidad de servicio influye en la atención al cliente de la empresa DF Estructuras Metálicas Y Montajes SAC, de la ciudad de Cajamarca, en el año 2020? | Determinar la influencia de la calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca, 2020. | La calidad de servicio influye significativamente en la atención a los clientes de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la ciudad de Cajamarca, 2020. | CALIDAD DE SERVICIO | La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa. METODOLOGÍA SERVQUAL (2014) | Confiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad Empatía Elementos tangibles | Servicios entregados a tiempo Eficiencia de servicios Índice de Incidentes de proyectos realizados Grado de satisfacción Infraestructura, tecnología |

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA
DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

| PROBLEMA ESPECÍFICO: | OBJETIVOS ESPECÍFICOS: | HIPÓTESIS ESPECÍFICA: | VARIABLE DEPENDIENTE | | | |
|--|--|---|-----------------------------------|---|---|---|
| <p>¿Cuáles son las prácticas inadecuadas más comunes que afectan a la disminución de clientes en la prestación de servicios?</p> <p>¿De qué manera influye el nivel de experiencia del personal en la prestación de servicios en la empresa DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC?</p> | <p>Identificar el nivel de calidad en la dimensión confiabilidad que brindan los colaboradores a los clientes externos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.</p> <p>Identificar el nivel de atención al cliente en la dimensión comunicación que tienen los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, en la ciudad de Cajamarca en el año 2020.</p> <p>Determinar la influencia de las dimensiones de calidad de servicio en la atención del cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, de la localidad de Cajamarca 2020.</p> | <p>Existe una relación positiva entre la calidad de servicio con la dimensión cortesía de atención al cliente, de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Cajamarca 2020.</p> <p>Existe una relación positiva entre la calidad de servicio con la dimensión comunicación de la atención al cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Cajamarca 2020.</p> | <p>ATENCION AL CLIENTE</p> | <p>Es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio. Definición ABC (2007-2018)</p> | <p>Comunicación</p> <p>Accesibilidad</p> <p>Credibilidad</p> <p>Entender - Conocer al Cliente</p> <p>Cortesía</p> | <p>Grado de Comprensión</p> <p>Grado de Aceptabilidad</p> <p>Grado de Seguridad</p> <p>Cientes Satisfechos</p> <p>Personal Capacitado</p> |

FICHA PARA VALIDACION DE INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

1.1 Experto Mg. Cristhina Paul Cepeda Ortiz
 1.2 Especialidad Psicología
 1.3 Cargo actual Docente a tiempo Plac.
 1.4 Grado Académico Magister
 1.5 Institución Universidad Privada del Norte
 1.6 Tipo de Instrumento Escalas
 1.7 Lugar y Fecha Cajamarca, 14 de mayo del 2021.

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

| N° | TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
|--------------|--|-----------|---|---|---|---|---|
| 1 | Pertinencia de indicadores | | ✓ | | | | |
| 2 | Formulación con lenguaje apropiado | ✓ | | | | | |
| 3 | Adecuados para los sujetos del estudio | | ✓ | | | | |
| 4 | Facilita la prueba de hipótesis | ✓ | | | | | |
| 5 | Suficiente para medir la variable | ✓ | | | | | |
| 6 | Facilita la interpretación del instrumento | ✓ | | | | | |
| 7 | Acorde al avance de la ciencia y la tecnología | ✓ | | | | | |
| 8 | Expresado con hechos perceptibles | ✓ | | | | | |
| 9 | Tiene secuencia lógica | ✓ | | | | | |
| 10 | Basado en aspectos teóricos | ✓ | | | | | |
| TOTAL | | 48 | | | | | |

Coefficiente de valoración porcentual: C = 96%

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES


 Firma del experto

FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Isalas Montenegro Cabrera
- 1.2. Especialidad: Administrador de Empresas
- 1.3. Cargo actual: Docente
- 1.4. Grado académico: Doctor
- 1.5. Institución: Universidad Privada del Norte
- 1.6. Tipo de Instrumento: Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha: 9 de junio de 2021

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

| N° | EVIDENCIAS | VALORACION | | | | | |
|----|---|------------|---|---|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| 1 | Pertinencia de indicadores | X | | | | | |
| 2 | Formulado con lenguaje apropiado | X | | | | | |
| 3 | Adecuado para los sujetos en estudio | X | | | | | |
| 4 | Facilita la prueba de hipótesis | X | | | | | |
| 5 | Suficiencia para medir la variable | X | | | | | |
| 6 | Facilita la interpretación del instrumento | X | | | | | |
| 7 | Acorde al avance de la ciencia y tecnología | | X | | | | |
| 8 | Expresado en hechos perceptibles | | X | | | | |
| 9 | Tiene secuencia lógica | X | | | | | |
| 10 | Basado en aspectos teóricos | X | | | | | |
| | Total | 40 | 8 | | | | |

Coefficiente de valoración porcentual: $c = 96\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....



.....
Firma y sello del Experto

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 30 | 100.0 |
| | Excluido ^a | 0 | 0.0 |
| | Total | 30 | 100.0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.924 | 39 |

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO QUE BRINDA LA EMPRESA

DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC

Estimado (a) cliente, la presente es para pedirle su colaboración con el llenado del siguiente cuestionario, el mismo que tiene por finalidad evaluar el nivel de calidad de servicio en la empresa DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC, La información recogida en el presente cuestionario será tratada de forma anónima y confidencial.

A continuación, se le presenta un conjunto de afirmaciones sobre el servicio y colaboradores de la empresa, valore del 1 al 7 el grado de certeza o desacuerdo con respecto al servicio y trato recibido por dicha empresa.

Por favor elija las opciones que corresponda en cada interrogante planteada. La encuesta invertirá aproximadamente 10 minutos de su valioso tiempo.

GRUPO DE PREGUNTAS

Recuerde responder este cuestionario a partir de su experiencia como cliente de la empresa DF Estructuras y Montajes SAC, considerando la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Parcialmente en desacuerdo
4. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 5. Parcialmente de acuerdo 6. De acuerdo
7. Totalmente de acuerdo

Nota: Por favor marque con un (X) de acuerdo a la percepción que tenga:

EDAD: SEXO: F M

RESPUESTAS

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| CONFIABILIDAD | | | | | | | |
| 1. El personal operativo de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, son profesionales competentes en su labor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. El personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda una atención adecuada y eficaz. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 3. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, cumple con los cronogramas establecidos de los proyectos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. La Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de resolver incidentes presentados en el momento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

CAPACIDAD DE RESPUESTA

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 5. Los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestran predisposición para resolver dudas e inquietudes presentadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, brinda soporte logístico de manera oportuna y rápida. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7. Los colaboradores de DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tienen la disposición de ayudar al cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

ELEMENTOS TANGIBLES

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. Está de acuerdo con la distribución de las áreas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. La iluminación es adecuada dentro de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. Los equipos de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC son adecuados. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 11. Las herramientas de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC son modernos y de calidad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 12. El personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC utiliza los EPPS, adecuados para cada actividad a ejecutar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 13. El taller de operaciones de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, cumple con la normativa establecida. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

EMPATIA

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 14. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC cuenta con las homologaciones de calidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 15. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC cuenta con extintores y equipos en caso de emergencia. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 16. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC cumple con sus expectativas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

SEGURIDAD

La calidad de servicio y su relación en la atención del cliente de la EMPRESA DF ESTRUCTURAS METALICAS Y MONTAJES SAC de la ciudad de Cajamarca, 2020”

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 17. Los colaboradores con los que cuenta la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, son amables y brindan la confianza necesaria a sus clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 18. Los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC muestran amabilidad en su atención. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 19. La comunicación gestual y verbal de los colaboradores es la adecuada. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA

DF ESTRUCTURAS METÁLICAS Y MONTAJES SAC

GRUPO DE PREGUNTAS

Recuerde responder este cuestionario a partir de su experiencia como cliente de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, considerando la siguiente escala:

1. Nunca 2. La mayoría de las veces no 3. Algunas veces sí, algunas veces no 4. La mayoría de las veces sí 5. Siempre

Nota: Por favor marque con un (X) de acuerdo a la percepción que tenga:

EDAD: SEXO: F M

RESPUESTAS

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

COMUNICACIÓN

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Considera que el Staff de profesionales con los que cuenta empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. , mantienen una comunicación efectiva con los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Cree Ud. Que la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Brinda una comunicación adecuada y buen trato a los clientes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Manifiestan una comunicación fluida al momento de intercambiar opiniones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Los colaboradores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Mantienen una buena coordinación con las diferentes áreas donde laboran. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Cree que los comentarios o sugerencias dadas al personal de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Son tomadas en cuenta. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ACCESIBILIDAD | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 6. Considera que los precios de los servicios que brinda DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, están acorde al mercado local. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. La Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestra accesibilidad a la información que maneja. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la capacidad de responder con rapidez a las cotizaciones solicitadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Responde con claridad y rapidez a sus consultas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| CREDIBILIDAD | | | | | |
| 10. Recomendaría los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Prefiere a la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, antes que a la competencia. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Es su primera opción al momento de elegir a sus proveedores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COMPRESION | | | | | |
| 13. La empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. Cumple con sus expectativas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, muestra empatía en los problemas que se suelen presentar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 15. DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene la predisposición de brindar asesoramiento en el momento que es necesario a los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. Los supervisores de la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC atienden las necesidades presentadas en zona de trabajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PROFESIONALISMO | | | | | |
| 17. El tiempo utilizado en la atención por la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, es el recomendable. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Cree Ud. Que DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC, tiene personal capacitado y calificado para atender sus necesidades empresariales. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Se encuentra satisfecho con la atención al cliente de la Empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Considera que está satisfecho con los servicios que brinda la empresa DF Estructuras Metálicas y Montajes SAC. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |