



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Proceso de Servucción para promover la Calidad del Servicio en la empresa Ospet

S.A.C. - Talara - 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Br. Flores Abarca Dulando (ORCID: 0000-0003-3155-1465)

Br. Zapata Hidalgo Karina Elizabeth (ORCID: 0000-0002-2920-4029)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión De Organizaciones

PIURA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A nuestro pequeño hijo Joseph Gabriel, y a todos los seres queridos que se involucraron durante todo este proceso, por los consejos y palabras de aliento que aportaron en nuestra formación tanto profesional y personal.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos sus bendiciones, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A nuestros profesores que aportaron con sus conocimientos académicos para formarnos profesionalmente.

PÁGINA DEL JURADO



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las ...5:00... pm del día ...SABADO 21... de ...DICIEMBRE... del 2019...

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

Proceso de Servucción para promover la calidad del servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara - 2019

Sustentada por:

Zapata Hidalgo, Karina Elizabeth

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

APROBAR

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado: Dra. Nelida Rodriguez de Peña

Nombre Completo


Firma

Miembro (a) del Jurado: Dra. Mercedes Palacios de Briceño

Nombre Completo


Firma

Miembro (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios

Nombre Completo


Firma

PÁGINA DEL JURADO



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 5:00 pm del día SABADO 21 de DICIEMBRE del 2019...

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

Proceso de Servucción para promover la calidad del servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara - 2019

Sustentada por:

Flores Abarca, Dulando

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

APROBAR

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado:

Dra. Nelida Rodriguez de Peña

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Dra. Mercedes Palacios de Briceño

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Dr. Freddy Castillo Palacios

Nombre Completo

Firma

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Dulando Flores Abarca con DNI N° 03506825 y Karina Elizabeth Zapata Hidalgo con DNI N° 43842196, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración declaramos bajo juramento que toda documentación que acompañamos es veraz y auténtica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, diciembre del 2019.



Dulando Flores Abarca
D.N.I. 03506825



Karina Zapata Hidalgo
D.N.I. 43842196

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	10
2.1. Diseño de Investigación.....	10
2.2. Variables, Operacionalización	10
2.2.1. Variable 1: Proceso de Servucción.....	10
2.2.2. Variable 2: Calidad de Servicio.	10
2.2.3. Operacionalización de Variables.....	11
2.3. Población y muestra.....	13
2.3.1. Población	13
2.3.2. Muestra	13
2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	13
2.4.1. Técnicas	13
2.4.2. Instrumentos	14
2.4.3. Validez.....	14
2.4.4. Confiabilidad	14
2.5. Métodos de análisis de datos	15
2.6. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS.....	16
3.1. Identificación de los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019.....	16
3.2. Características del soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019.	17

3.3.	Características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara-2019	18
3.4.	Características de los elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	19
3.5.	Nivel de fiabilidad del servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	20
3.6.	Capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	21
3.7.	Nivel de seguridad que brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	22
3.8.	Nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019..	22
3.9.	Propuesta del proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019	23
IV.	DISCUSIÓN.....	26
V.	CONCLUSIONES	35
VI.	RECOMENDACIONES	37
VII.	PROPUESTA.....	39
	REFERENCIAS	56
	ANEXOS	59
	Anexo 1 Matriz de consistencia.....	60
	Anexo 2 A Cuestionario aplicado de trabajadores.....	62
	Anexo 2B Cuestionario aplicado a clientes corporativos	64
	Anexo 2 C Guia de entrevista aplicada al gerente de operaciones	66
	Anexo 2D Guia de observación aplicado a la empresa Ospet SAC	72
	Anexo 3 Resultados complementarios de los cuestionarios	75
	Anexo 4 Programa de mantenimiento de una maquinaria	79
	Anexo 5 Validaciones y Confiabilidad	81
	Anexo 6 Evidencias	101
	Anexo 7 Acta de aprobación de originalidad.....	102
	Anexo 8 Pantallazo del software del turnitin.....	103
	Anexo 9 Formulación de Autorización para la publicación	104
	Anexo 10 Autorización de la versión final de la tesis	105

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Percepción promedio por los aspectos asociados al cliente	16
Tabla 2. Percepción promedio por los aspectos asociados al soporte físico	17
Tabla 3. Percepción promedio por los aspectos asociados a las características del personal	18
Tabla 4. Percepción promedio por los aspectos de la tangibilidad del servicio	19
Tabla 5. Percepción promedio por los aspectos de la fiabilidad del servicio	20
Tabla 6. Percepción promedio por los aspectos de la capacidad de respuesta	21
Tabla 7. Percepción promedio por los aspectos de la seguridad del servicio.....	22
Tabla 8. Percepción promedio por los aspectos de la empatía del servicio.....	22
Tabla 9. Nivel del proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.....	23
Tabla 10. Percepción promedio por los aspectos del proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.....	24
Tabla 11. Nivel de la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.	24
Tabla 12. Percepción promedio por los aspectos de la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.....	25
Tabla 13. Resumen de las estrategias y costos	54
Tabla 14. Ingresos y egresos de la empresa Ospet SAC., ejercicio 2018.....	55
Tabla 15. Resumen de los ingresos, egresos y estrategias propuestas para la empresa Ospet SAC. respecto al ejercicio del periodo 2018 al 2020	55
Tabla 16. Relación de beneficio - costo	55
Tabla 17. Opinión de los trabajadores por el proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	75
Tabla 18. Opinión de los clientes por la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019	76

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general establecer el proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019. El tipo de investigación según la finalidad fue aplicada, según el alcance fue una investigación descriptiva y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental ya que no se manipuló las variables de estudio. Las técnicas de recolección de datos fueron: encuestas para trabajadores y clientes corporativos. Asimismo, entrevista al gerente de operaciones de la empresa Ospet SAC., y por último la guía de observación para conocer de manera objetiva la prestación del servicio en la citada empresa. La población y la muestra de estudio estuvieron constituida por un gerente de operaciones, los 45 trabajadores y los 15 clientes corporativos. Finalmente se concluyó que el actual proceso de servucción que prevalece en la empresa Ospet SAC. es regular, debido a la valoración poco favorable del soporte físico y del personal de contacto, por ende las falencias en estos aspectos inciden en la calidad de servicio brindada por la empresa, siendo considerada también como regular. Es por ello que se recomienda utilizar estrategias donde la participación correcta del personal de contacto y la mejora en el soporte físico deben estar coordinados, con el propósito que los clientes reciban un excelente servicio de calidad.

Palabras Claves: Servucción, Calidad de Servicio, Soporte físico, mantenimiento overhaul.

ABSTRACT

The main objective of this research work was to establish the service process to promote the quality of service in the company Ospet SAC-Talara- 2019. The type of research according to the purpose was applied, according to the scope it was a descriptive investigation and according to the temporality was transversal; using a non-experimental design since the study variables were not manipulated. The data collection techniques were: surveys for workers and corporate clients. Also, interview the operations manager of the company Ospet SAC., And finally the observation guide to know objectively the provision of the service in the aforementioned company. The population and the study sample consisted of an operations manager, the 45 workers and the 15 corporate clients. Finally it was concluded that the current process of servucción that prevails in the company Ospet SAC. it is regular, due to the unfavorable assessment of the physical support and contact personnel, therefore the deficiencies in these aspects affect the quality of service provided by the company being considered also as regular. That is why it is recommended to use strategies where the correct participation of the contact personnel and the improvement in the physical support must be coordinated, with the purpose that the clients receive an excellent quality service.

Keywords: Servucción, Quality of Service, Physical support, maintenance overhaul.

I. INTRODUCCIÓN

El proceso de “servucción” nace en el año 1989 como un intento de establecer un término que se asemeje a la producción de productos pero aplicados para las empresas que producen un servicio. Según Eiglier y Langeard, citados por Vargas & Aldana (2014), señalan que la servucción se refiere a “organizar de manera sistemática y coherente todos los elementos físicos y humanos para la prestación del servicio, cuyas características comerciales y niveles de calidad se han trabajado de manera predeterminada” (p.201).

En la actualidad, la servucción toma bastante relevancia en los países desarrollados adoptándose este sistema mediante la práctica de normas de control de calidad. Hoy en día el crecimiento de los servicios han ido dominando la economía mundial, así lo determinó la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) (Económico, 2014), por lo que se dice que estamos incursionando en una sociedad de servicios, motivo por el que cada vez más, muchas organizaciones se enfrentan a una competencia teniendo que recurrir a nuevas estrategias y herramientas que permitan dar cumplimiento a las necesidades y exigencias de los clientes. Una muestra de ello es EE.UU. quien cuenta con grandes compañías que aplican un buen proceso de servucción como ejemplo se tiene a la empresa Disney, donde se brinda un servicio de calidad A1, desde el ingreso a sus parques temáticos donde los clientes no son considerados consumidores sino como sus invitados, cuya filosofía de trabajo es “hacer bien las cosas”.

Por otro lado, en el contexto nacional, son muchas las empresas que desconocen el término servucción; debido a una deficiente visión empresarial lo que impide que mejoren el nivel de calidad de sus servicios. En lo que respecta al Perú, es un país de alta expansión en empresas de servicios, pero que aún no reúne los requisitos específicos para ofrecer un servicio de excelencia y competitividad en el mercado. Talara es un centro industrial petrolero donde por su actividad requiere de una serie de servicios especializados para la extracción del crudo (petróleo) que son brindados por empresas nacionales e internacionales las que compiten por conseguir contratos de servicio con las principales operadoras concesionarias de los lotes tales como: Savia Perú, Sapet, Graña y Montero, Cnpc,; Petrolera Monterrico. Para poder lograr la satisfacción de éstos clientes, las empresas de servicios hacen grandes esfuerzos por mantener un personal bien entrenado y capacitado, maquinarias y equipos modernos y con un adecuado mantenimiento, así mismo procedimientos

estandarizados y flexibles a los requerimientos de los clientes.

Dentro del rubro de empresas de servicios, se encuentra la empresa Obras y Servicios Petroleros SAC. - Ospet S.A.C., situada en la provincia de Talara, que fue creada el 17 de febrero del 2004, con la finalidad de la prestación de servicios para el sector de hidrocarburos (servicio de pozos, registro y baleo, construcción de equipos y ejecución de obras especializadas); los cuales buscan mejorar constantemente sus niveles de calidad y seguridad, de la misma manera ofrecer servicios diferenciados logrando satisfacer a sus clientes.

Hace tres años la empresa Ospet S.A.C. se enfrentó a cambios organizacionales como la remoción del gerente general a su cargo; y, la supresión de algunos departamentos como: Contabilidad, Logística, y Recursos Humanos, siendo estos últimos tercerizados. A pesar de estos cambios no se hizo un rediseño de la anterior estructura organizacional; y hasta el momento siguen sin contar con un ordenamiento jerárquico, que le permita el alcance de sus objetivos, y que se traduce en una deficiencia en el servicio que ofrecen, siendo esta percibida por el cliente.

Además cuenta con maquinarias antiguas, las mismas que utiliza para las labores en servicio de pozos, afectando la calidad del servicio que realiza; y, ocasionando que muchas veces haya retrasos. También, sólo cuenta con cuatro equipos de swab y 2 equipos de pulling (equipo de mantenimiento de pozos) que limita sus posibilidades de ampliar y de ofrecer un buen servicio en el mercado de Talara.

Por otro lado, el personal que realiza el servicio requerido por el cliente, presenta deficiencias en la ejecución de las actividades, lo que origina constantes reclamos e inclusive la necesidad de corregir el trabajo generando insatisfacción en los clientes.

De continuarse con esta situación podría generarse la pérdida de clientes, pérdidas económicas, y de tiempo cuando el trabajo solicitado presenta retrasos o tiene que ser corregido, viéndose perjudicada el posicionamiento de la empresa en el mercado local. Por lo anteriormente expresado, resulta necesario realizar controles internos en el proceso del servicio, la capacitación del personal y renovación de equipos para la prestación de los servicios de pozos de extracción de petróleo.

Al respecto para el avance de este proyecto de tesis se consultaron diferentes trabajos previos de investigación que se relacionan con las variables de estudio, las cuales mencionamos a continuación. A nivel internacional se evidenció los siguientes trabajos:

Ortiz (2015), en su tesis denominada “La servucción y el mejoramiento continuo del servicio de consulta externa del Hospital IESS del Cantón Ambato”, para obtener el Grado Académico de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, tuvo como objetivo general determinar la incidencia del inadecuado proceso de servucción en el limitado mejoramiento continuo del servicio a los pacientes en consulta externa del Hospital IESS del cantón Ambato. El enfoque aplicado en esta investigación fue el método cuali-cuantitativo, la muestra fue de 612 personas, utilizando como técnicas de investigación: la encuesta y entrevista. Llegó a la conclusión que el Hospital no posee un proceso normado de Servucción que se relacione con la atención al cliente generando en el usuario la poca o nula saturación por el servicio brindado en el área de consulta externa . Así también, concluye que la gran demanda de clientes frente al limitado personal encargado de dar información y guiar, hace que el servicio siempre presente colapsos y saturación tanto en tiempo de espera como en tiempo de atención.

Guala (2014), en su tesis denominada “El sistema de servucción y la captación de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Futuro Salcedense de la ciudad de Salcedo”, para obtener el Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, tuvo como objetivo general establecer la influencia de los factores del sistema de servucción en la baja captación de clientes en la Cooperativa. El estudio es de tipo explicativa, nivel descriptivo y correlacional, teniendo como muestra a 268 clientes tanto internos como externos. Llegó a la conclusión que una mejora interna en el proceso de servucción permitirá captar y retener clientes satisfechos. Así mismo, concluye que para que este proceso sea exitoso es necesario la capacitación del personal en el sistema de captaciones de clientes potenciales.

Bustos (2013), en su tesis denominada “Las estrategias de servucción y su incidencia en la fidelidad del cliente de Casa el Recreo las Gallinas de Pinllo en la ciudad de Ambato”, para obtener el Título de Ingeniero de Empresas, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, tuvo como objetivo general analizar las estrategias de servucción y su incidencia en la fidelidad del cliente. Esta investigación es de tipo descriptiva, la muestra fue de 308 personas. Llegó a la conclusión que es necesario establecer medidas de mejora continua en

el servicio que permitan la satisfacción del cliente, siendo necesario tomar en cuenta el pensamiento y sugerencia del usuario.

Guerrero (2013), en su tesis denominada “Proceso de servucción en la Comercialización de Tableros de Madera en la provincia del Carchi”, para obtener el grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing, en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador, tiene como objetivo general analizar si los procesos inadecuados de servucción en los comercializadores de tableros de madera, generan insatisfacción en los demandantes del producto. Se utilizó una metodología bibliográfica, histórica y de campo, la unidad de análisis estuvo conformada por comercializadores, profesionales de la construcción, carpinteros, fabricantes y consumidores, realizándose encuestas y entrevistas a 256 personas. Concluyó que los trabajadores no poseen el conocimiento necesario para satisfacer las exigencias y necesidades de los clientes. Asimismo, concluye que no existe en la empresa un proceso de servucción que éste documentado lo que hace que el servicio tenga falencias.

Así mismo, a nivel nacional se revisó los siguientes estudios:

Díaz (2018), en su tesis denominada “Calidad de servicio que brinda el Instituto Geológico Minero y Metalúrgico de la ciudad de Trujillo – 2018”, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración, en la Universidad César Vallejo, Trujillo, cuyo objetivo general fue determinar el nivel de calidad de servicio que brinda el instituto. El presente estudio fue de tipo descriptivo y no experimental. El instrumento utilizado fue el cuestionario el cual se aplicó a los 27 gerentes (mineros y usuarios). Llegó a la conclusión que el estándar de calidad de servicio que ofrece el Instituto antes mencionado es regular para los usuarios.

Sánchez (2017), en su tesis denominada “Percepción de la calidad de servicio en los consumidores de los restobares en el distrito Víctor Larco, 2017, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad César Vallejo, Trujillo, tuvo como objetivo general determinar la percepción que tienen los consumidores de los restobares respecto a la calidad del servicio. La metodología utilizada en este estudio es de tipo descriptivo, diseño no experimental-transversal. Para analizar la calidad de servicio se realizó una encuesta aplicada a 384 consumidores por aleatorio simple. Llegó a la conclusión que el servicio que ofrece los restobares es de nivel regular siendo la dimensión con mayor puntaje la fiabilidad y menor valoración fue la empatía.

Corrales y Cubas (2016), en su tesis denominada “Propuesta de servucción para mejorar la atención al cliente de la empresa Industria Metálica Cerinsa E.I.R.L Chiclayo – 2016”, para obtener el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, cuyo objetivo general fue diseñar una propuesta de servucción para mejorar la atención al cliente en la empresa CERINSA. El tipo de metodología en este estudio es descriptiva – propositiva. La muestra estuvo conformada por 28 trabajadores incluido el gerente, contador de la empresa y 50 clientes. Llegó a la conclusión que para mejorar la atención al cliente es necesario un plan de capacitación que busque las exigencias y necesidades de los mismos. Así mismo, concluye que las acciones en mejorar el soporte físico como de los trabajadores harán que el cliente obtenga un buen servicio y a la vez incrementar el número de clientes satisfechos.

Y a nivel local, encontramos el siguiente trabajo:

Hermoza (2015), en su tesis denominada “Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa GECHISA de Sullana-2015”, para obtener el título de Licenciada en Ciencias Administrativas, Universidad Nacional de Piura, tuvo como objetivo general conocer la calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa. La presente investigación es de tipo descriptivo-correlacional, diseño no experimental-transversal, utilizando como instrumento una encuesta que se aplicó a 196 personas. Llegó a la conclusión que la calidad de servicio definitivamente incide en la satisfacción del cliente de la empresa.

Además, para las teorías relacionadas al tema se hizo un estudio exhaustivo de la fundamentación científica de cada variable, tal que la primera variable “**servucción**” se encontró lo siguiente:

El término servucción no está incluido en el Diccionario de la RAE, por lo que se dice ser un vocablo acuñado por los franceses y pioneros de esta expresión Eiglier y Langeard en el año 1989, y que fue formulado para aplicarlo en el proceso de fabricación de un servicio en equivalencia al proceso de elaboración de un producto. De la misma forma que para fabricar un producto se necesita de una serie de métodos para la producción y, la sistematización de un conjunto de componentes: mano de obra, máquinas, materia prima, que se interrelacionan ordenadamente, hasta alcanzar un producto finalizado, que luego se pone a disposición de los compradores; así mismo se debe evaluar el proceso de la realización de los servicios. (Arnoletto citado por Mancheno, 2018)

Para Ríos (2014) lo primero que se requiere para fabricar un servicio es el cliente (el consumidor es indispensable en la fabricación del servicio), el soporte físico (maquinarias y equipos), el personal en contacto (colaborador que interactúa con el usuario), el servicio (este resultado final que satisface la necesidad del cliente), y el sistema de organización interna (estructura organizacional, manuales, políticas).

Debido a que la naturaleza de los servicios es intangible, el servicio es percibido por el cliente de diferente forma que los bienes, pues no se puede probar un servicio sino que adquirimos los beneficios de éste a través de la creación de experiencias. Un modelo que se caracteriza por ser sumamente relevante por los factores que determina en la influencia directa de la experiencia de los clientes es el modelo de servucción. (Hoffman y Bateson, 2012)

Para Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana (2014), la servucción se refiere a “organizar de manera sistemática y coherente todos los elementos físicos y humanos para la prestación del servicio, cuyas características comerciales y niveles de calidad se han trabajado de manera predeterminada” (p.201). Sin embargo, para Medina y Medina (2011) define la servucción de forma más sencilla como “el engranaje necesario que hay detrás de la prestación de un buen servicio” (p. 89).

Independientemente del tipo o naturaleza de las organizaciones que ofrecen servicios, requiere que sus prestaciones estén expresadas en características que, si bien a veces no son visibles por el cliente, estas llegan a afectarle directamente. Por ende, tanto los requerimientos para la fabricación y prestación de un servicio, necesitan ser evaluados tomando en cuenta la aceptación, y así puedan ser identificadas, y por lo tanto, evaluables y controlables. (Ríos, 2014).

Para ello Eiglier y Langeard, citado por Vargas y Aldana (2014) mencionan tres dimensiones básicas en el proceso de servucción, iniciándose con **El cliente** que es un elemento principal e indispensable del servicio, ya que sin él no se iniciaría el proceso de servucción. Cabe resaltar que el cliente tiene dos funciones en este proceso que es productor y consumidor a la vez. Son dos los aspectos relacionados con el cliente que una empresa debe considerar: los requerimientos respecto a los aspectos técnicos y formales del producto o servicio y la satisfacción respecto al mismo.

Asimismo, se tiene **el soporte físico**, que es la parte visible para el cliente, y necesaria

para una excelente prestación de servicio. Este define dos categorías: los instrumentos (muebles, maquinarias) y el entorno material (edificios, instalaciones físicas, etc). Al respecto es importante que este soporte físico tenga un buen estado operacional para lo cual es necesario un plan de mantenimiento que garantice su operatividad. Por otro lado un buen soporte físico incluye herramientas de trabajo, medios de protección y materiales de buena calidad que garanticen la durabilidad, seguridad y fiabilidad del servicio.

Y como última dimensión está **el personal de contacto**, son los empleados de la empresa que mantienen el contacto directo con los clientes. Puede cumplir dos funciones: función operacional (todas las operaciones que el personal de contacto debe efectuar) y función relacional (comportamiento del personal de contacto y predisposición para realizar el servicio). Las características más valoradas por los clientes en este aspecto son la experiencia laboral, la capacitación y los protocolos de atención; factores que inclusive son evaluados por el cliente previamente a solicitar la prestación.

Todos estos factores son necesarios en el sistema de servucción, si uno de ellos falla los demás decaen de la misma forma, sólo actuando todos de manera sistemática dará resultados satisfactorios del servicio generando satisfacción del cliente.

Asimismo, las teorías sobre la segunda variable “**calidad del servicio**”, que apoyan la presente investigación son las siguientes:

La calidad en los servicios es uno de los conceptos importantes en el mundo de los negocios actuales. Desde los primeros estudios autores como Grönroos entre otros, la calidad del servicio ha tomado predominio lo que ha hecho que sea un elemento cada vez más estudiado por los investigadores. Además, ha ido alcanzando un papel preponderante ya que existe una constante preocupación de las organizaciones por cumplir y superar las expectativas.

Según el autor Pizzo citado por López (2013) afirma que la calidad del servicio:

Es una práctica desarrollada por una organización para poder comprender las necesidades y expectativas de los clientes, y de esa manera ofrecerles un servicio accesible y sin errores, de tal manera que el usuario se sienta atendido y servido personalmente, viéndose reflejado en mayores ingresos y menores costos para la organización. (p.36)

El eje primordial para las empresas lo constituyen los clientes; siendo la atención un

factor determinante para ellos. Los clientes valoran los niveles de calidad del servicio en base a la percepción, tomando en cuenta todo el proceso desde el inicio hasta la entrega del producto o servicio. (Zeithaml et al. 2009, p.103)

Es por esta razón que las organizaciones buscan diferenciarse de los demás, porque enfrentan nuevos retos provocados por factores externos, por lo tanto las empresas deben adoptar nuevas técnicas de gestión que garanticen la calidad de todos sus procesos.

De la misma manera se debe realizar una constante evaluación al servicio, para detectar las fallas en la prestación del mismo y poder mejorarlas, considerando que el medio mediante el cual una organización escucha a su cliente es a través de la evaluación del servicio de manera periódica y permanente. (Prieto, 2014, p. 139)

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry, citado por Valls, Román, Chica y Salgado (2017) afirman que la calidad del servicio es un tipo de “actitud relacionada aunque no equivalente a la satisfacción, que se describe como el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del consumidor acerca del servicio” (p.134).

Para Valls et al. (2017) la calidad del servicio es evaluado por medio de cinco dimensiones: En primer lugar los **Elementos tangibles**, “Son los aspectos básicos del servicio” (p.138). Es lo que el cliente percibe y tiene que ver con la maquinaria de trabajo, infraestructura y tecnología; asimismo la segunda dimensión **Fiabilidad**, “es la capacidad de ofrecer un servicio de una manera exacta, segura y consciente” (p.138). Consiste en brindarles un servicio de forma adecuada desde el principio a fin, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: el cumplimiento del contrato y ausencia de errores; como tercera dimensión la **Capacidad de respuesta**, “es la capacidad para brindar un servicio puntual” (p.138). Se manifiesta a través de las características como personal proactivo y la disponibilidad para resolver los problemas del cliente; la cuarta dimensión es la **Seguridad**, que es el “Conocimiento y cortesía, así como la habilidad de los empleados para transmitir seguridad” (p.138). Consiste en brindar un servicio con atributos como: garantía del servicio y profesionalismo; y finalmente la quinta dimensión **Empatía**, se refiere a la “atención personalizada y cuidadosa a clientes” (p.138). Esto se logra mediante los siguientes atributos: atención personalizada y la comunicación empresa-cliente.

Retomando el planteamiento de la problemática surge la motivación de ésta investigación de la cual parte la siguiente pregunta general: ¿Cómo debe ser el proceso de

servucción para promover la calidad del servicio en la empresa Ospet S.A.C.-Talara-2019?

De la misma manera se presentan las preguntas específicas de investigación: ¿Cuáles son los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019?, ¿Cuál es el soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019?, ¿Cuáles son las características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara-2019?, ¿Qué características presentan los elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?, ¿Qué nivel de fiabilidad presenta el servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?, ¿Cuál es la capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?, ¿Qué nivel de seguridad brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?, ¿Cuál es el nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?

Debido a la gran importancia de la investigación, esta se justifica: Desde el punto de vista técnico, contribuyendo a que las empresas de servicio pongan énfasis en la calidad del mismo, puesto que la servucción da una vista particular en la gestión de las empresas como es la producción, distribución y consumo de los servicios haciendo de esta característica más relevante para la supervivencia de las empresas. Asimismo desde el punto de vista práctico esta investigación contribuirá en el beneficio de la empresa donde los gerentes dispondrán de una visión diferente para abordar la satisfacción de las necesidades de los clientes, manteniéndolos fidelizados siempre y cuando se les brinde un mejor servicio.

Al respecto el objetivo general que busca esta investigación es: Establecer el proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara-2019. Y como objetivos específicos: Identificar los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019, Determinar cuál es el soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019, Describir las características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019, Determinar las características de los elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Determinar la capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Identificar el nivel de seguridad que brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Determinar el nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Es un diseño no experimental por lo que se realizó sin manipular deliberadamente las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En el estudio realizado los investigadores sólo describieron las variables de manera natural limitándose a recoger los datos tal y como se hallaron en la realidad. Es una investigación transeccional o transversal, ya que se recolectó datos en un tiempo único y un sólo momento, para posteriormente ser analizado.

Teniendo en cuenta, los objetivos externos y los conocimientos utilizados, es decir el beneficio que tuvo desde el marco estrictamente académico, las conclusiones a las que se llegaron (Sabino, 2014) en la presente investigación demuestra que es aplicada, puesto que los resultados conseguidos se pueden utilizar inmediatamente por las empresas que lo deseen. Según el tipo de investigación es descriptivo en la cual se analizó las principales características del proceso de servucción ayudando a conocer situaciones reales que son importantes para promover la calidad del servicio.

Finalmente esta investigación tuvo un enfoque mixto utilizando instrumentos cuantitativos (encuestas) como cualitativos (entrevistas y guía de observación) para recabar la información. (Hernández, 2010).

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Variable 1: Proceso de Servucción.

El proceso de servucción es organizar de manera sistemática y coherente todos los elementos físicos y humanos para la prestación del servicio, cuyas características comerciales y niveles de calidad se han trabajado de manera predeterminada. (Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana, 2014).

2.2.2. Variable 2: Calidad de Servicio.

La calidad del servicio es un tipo de actitud, relacionada aunque no equivalente a la satisfacción, que se describe como el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del consumidor acerca del servicio. (Parasuraman et al. citados por Valls et al., 2017, p.134).

2.2.3. Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
V1: Proceso de Servucción	Organizar de manera sistemática y coherente todos los elementos físicos y humanos para la prestación del servicio, cuyas características comerciales y niveles de calidad se han trabajado de manera predeterminada. (Eiglier y Langeard, citado por Vargas y Aldana, 2014)	Cliente	Los clientes que serán estudiados en la presente investigación son externos; los mismos que serán evaluados utilizando un cuestionario.	Requerimientos del cliente	Ordinal
				Satisfacción respecto al servicio	Ordinal
		Soporte físico	El soporte físico será medido a través de una evaluación del estado de la maquinaria y materiales, herramientas de trabajo y los medios de protección con los que se brinda el servicio utilizando un cuestionario y una guía de observación.	Estado de los equipos	Ordinal
				Herramientas de trabajo	
				Calidad de los materiales	
				Medios de protección	
		Personal de contacto	El personal de contacto son los colaboradores de la empresa, y serán evaluados por su experiencia, capacitación y los protocolos de atención, utilizando un cuestionario.	Experiencia en el trabajo	Ordinal
				Capacitación al personal	
				Protocolos de atención	

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
V2: Calidad del Servicio	La calidad del servicio es un tipo de actitud, relacionada aunque no equivalente a la satisfacción, que se describe como el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del consumidor acerca del servicio. (Parasuraman et al. citados por Valls et al., 2017, p.134).	Elementos tangibles	Los elementos tangibles se medirán por medio de los equipos modernos, infraestructura y la tecnología con que cuenta la empresa utilizando un cuestionario.	Maquinaria de trabajo	Ordinal
				Infraestructura	
				Tecnología	
		Fiabilidad	La fiabilidad se medirá a través del cumplimiento del contrato y la ausencia de errores en el servicio utilizando un cuestionario.	Cumplimiento de Contrato	Ordinal
				Ausencia de errores	
		Capacidad de Respuesta	La capacidad de respuesta se medirá por medio del personal proactivo y la disposición por resolver los problemas del cliente utilizando un cuestionario.	Personal proactivo	Ordinal
				Disposición para resolver problemas del cliente	Ordinal
		Seguridad	La seguridad se medirá por medio del profesionalismo del personal a cargo y la garantía que presta el servicio utilizando un cuestionario.	Profesionalismo	Ordinal
				Garantía del servicio	
		Empatía	La empatía se medirá a través de la atención personalizada y el grado de comunicación Empresa-Cliente utilizando un cuestionario.	Atención Personalizada	Ordinal
Comunicación empresa-cliente					

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

"Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 174). Para alcanzar los objetivos de la presente investigación, se trabajó con dos poblaciones, una de ellas estuvo constituida por el Gerente de Operaciones de la organización y sus 45 trabajadores. Asimismo se consideró una segunda población compuesta por 5 clientes corporativos que maneja la empresa Ospet, del cual se tomó en cuenta a 3 representantes por cada empresa haciendo un total de 15 personas los que nos brindaron la información precisa sobre su apreciación acerca del servicio recibido.

2.3.2. Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la muestra como "un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta" (p.173). Por considerarse una población finita y accesible se tomó para esta investigación una muestra que cumple al 100% de la población.

2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

- **Encuesta:** Esta técnica de recabación de datos se utilizó para conseguir respuestas relacionadas al problema de estudio, y se aplicaron dos en la investigación: una los clientes y otra al personal de la empresa.
- **Entrevista:** Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que "las entrevistas se dividen en estructuradas basadas en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta" (p.403). Al Gerente de Operaciones de la empresa se le aplicó la entrevista, quien contribuyó con información relevante respecto al tema de investigación.
- **Observación:** Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que esta técnica consiste en observar detalladamente el fenómeno o suceso, recopilando la información necesaria para registrarlos y luego evaluarlos. Esta técnica es definitivamente importante en toda

investigación, ya que contribuye a los investigadores a recabar el mayor número de datos posibles.

2.4.2. Instrumentos

- **Cuestionario:** Es el conjunto de interrogantes relacionadas con una o más variables a medir (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.217). En el presente estudio se utilizó dos cuestionarios el primero para los trabajadores y el segundo para los clientes corporativos de la empresa Ospet S.A.C. con preguntas de escala ordinal direccionados a obtener información sobre el proceso de servucción y la calidad del servicio brindada respectivamente.
- **Guía de entrevista:** Se aplicó este instrumento al Gerente de Operaciones de Ospet S.A.C. con el fin de conocer detalles internos de la operación de la empresa respecto a la realización del servicio.
- **Guía de observación:** Se aplicó este instrumento cualitativo para obtener información y tomar apuntes de los hechos o fenómenos de la realidad que se encuentran en la empresa.

2.4.3. Validez

La validez y confiabilidad de los instrumentos se comprobó a través de la revisión y análisis de especialistas en el tema quienes evaluaron:

- Si estos fueron los adecuados según el tipo y la naturaleza de la investigación.
- Si permitieron el alcance de los objetivos que se establecen en la investigación.
- Si fueron los necesarios para abarcar todas las dimensiones para cada variable de esta investigación.

2.4.4. Confiabilidad

Los cuestionarios que se aplicaron a los trabajadores y los clientes corporativos fueron analizados por un especialista en estadística quien a través de una muestra piloto equivalente al 10%, y aplicado el coeficiente de Cronbach determinó su grado de confiabilidad, siendo los resultados los

siguientes:

- Para la variable proceso de servucción se obtuvo un porcentaje de confiabilidad de 0.845, garantizando que este instrumento sea aplicado.
- Para la variable calidad del servicio se obtuvo un porcentaje de confiabilidad de 0.825, garantizando que el instrumento sea confiable.

2.5. Métodos de análisis de datos

Los resultados obtenidos fueron procesados mediante las tablas de frecuencia y porcentaje para su fácil interpretación. El proceso de la información obtenida se realizó utilizando el programa estadísticos SPSS versión 21.0 y el programa Excel para Windows.

2.6. Aspectos éticos

En la investigación se consideraron los siguientes principios éticos: respeto a la propiedad intelectual, ya que la información que fue considerada para sustentar la realidad problemática, antecedentes, teorías relacionadas, se citaron conforme a las normas APA. Se respetó la privacidad y el anonimato de los trabajadores que participaron en el desarrollo del proyecto de investigación. Se procedió con absoluta transparencia, ya que no se alteraron los resultados que se obtuvieron en la investigación, sino que se interpretaron según la realidad y actualidad de manera objetiva y finalmente el adecuado manejo de la información.

III. RESULTADOS

Para establecer el proceso de servucción que promueva la calidad del servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019, se aplicaron tres instrumentos de recolección de información que permiten evaluar las variables indicadas: dos cuestionarios, una guía de entrevista y finalmente una guía de observación.

El primer cuestionario se aplicó a los trabajadores de la empresa Ospet SAC. , el cual permitió conocer la percepción que tienen con respecto a los elementos del proceso de servucción. De la misma manera, el segundo cuestionario estuvo orientado a los clientes corporativos aplicándose a tres miembros representativos por cada empresa, el cual permitió evaluar la calidad del servicio. Ambos cuestionarios se ordenaron en escalas de Likert con opciones de respuesta, que van desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo, asignándoseles valores desde 1 hasta 5.

La guía de entrevista se aplicó al gerente de operaciones, con el propósito de conocer el actual proceso de servucción que predomina en la empresa Ospet SAC. y la calidad del servicio que brinda a sus clientes.

Así mismo, la guía de observación permitió tener una visión objetiva sobre los elementos intervinientes en el proceso del servicio de la empresa Ospet SAC. De esta manera se presentaron los resultados, de acuerdo a los objetivos de la presente investigación.

3.1. Identificación de los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019.

Tabla 1. Percepción promedio por los aspectos asociados al cliente

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
1. Los servicios programados se desarrollan en los plazos establecidos.	3,6	1,0
2. La empresa Ospet cumple con las características del servicio solicitado.	4,0	,3
3. Los costos de los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC. están dentro del mercado.	3,9	,5
4. El servicio que brinda la empresa Ospet es rápido y eficiente.	4,0	,8
5. Está de acuerdo con la gestión administrativa de la empresa.	2,7	,8

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Los resultados de la tabla 01; los promedios de alrededor de 4 puntos, muestran que de acuerdo a los investigados, los servicios programados se desarrollan en los plazos establecidos, la empresa cumple con las características del servicio solicitado, los costos de los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC. están dentro del mercado y el servicio que brinda la empresa Ospet es rápido y eficiente. Por el contrario, el promedio de menos de 3 puntos indica que los investigados no están de acuerdo con la gestión administrativa de la empresa.

El contexto de globalización actual ha traído grandes cambios en todos los aspectos y de manera particular en los servicios que ofrecen las empresas donde los clientes son cada vez más exigentes, y basan su decisión de compra no solo en la calidad y el precio sino además en la atención que reciben; el estudio indica que la empresa Ospet, va en esa línea, brindando un servicio en los plazos establecidos, cumpliendo con lo que solicitan los clientes, con costos competitivos, y con un servicio rápido y eficiente; sin embargo, los trabajadores, no están de acuerdo con la gestión administrativa de dicha empresa, situación que debe ser tomada en cuenta con miras hacia un servicio óptimo.

3.2. Características del soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019.

Tabla 2. Percepción promedio por los aspectos asociados al soporte físico

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
6. La empresa Ospet cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada para sus operaciones.	1,2	,4
7. Los equipos cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad.	2,0	,5
8. Los equipos y maquinarias reciben el mantenimiento programado.	3,2	1,3
9. Los trabajadores tienen las herramientas suficientes y acordes para el correcto desempeño de su trabajo.	3,5	,9
10. Los materiales utilizados en las operaciones son de óptima calidad.	2,6	,7
11. Los trabajadores hacen uso correcto de los medios de protección (EPP)	3,2	1,0
12. La empresa provee a su personal de los EPP necesarios y suficientes para el desarrollo correcto de su trabajo.	4,0	,4

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Los resultados que se observan en la tabla 02 indican que la percepción de los trabajadores por el soporte físico de la empresa no es muy favorable. Si bien hay concordancia en que los trabajadores tienen las herramientas suficientes y acordes para el correcto desempeño de su trabajo y además cuentan con los medios de protección necesarios y suficientes, sin embargo, los investigados consideran que la empresa Ospet no cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada para sus operaciones, de la misma forma los equipos no cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad; ni tampoco reciben el mantenimiento programado. Los materiales utilizados en las operaciones no son de óptima calidad. Por otro lado, a pesar de que los trabajadores cuentan con los EPP, éstos no son usados en forma correcta.

El soporte físico se refiere a los elementos visibles y que tienen que ver con la esencia del servicio. Este es uno de los aspectos poco favorables en la empresa Ospet, al no contar con equipos modernos y con tecnología sofisticada para realizar sus operaciones, y los que tiene no cumplen con las inspecciones requeridas por las normas de seguridad y tampoco reciben mantenimiento. Los trabajadores reciben las herramientas de acuerdo al desempeño de su trabajo, sin embargo los materiales que disponen no son de óptima calidad. Estos aspectos pueden incidir negativamente en el servicio que se brinda, por lo que se deben tomar en cuenta para una propuesta de mejora.

3.3. Características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara-2019

Tabla 3. Percepción promedio por los aspectos asociados a las características del personal

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
13. El personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen desempeño en su puesto de trabajo.	3,8	1,2
14. El personal recibe constantemente capacitaciones.	2,0	,6
15. El contenido de las capacitaciones brindadas son las necesarias para que el trabajador desempeñe bien sus funciones.	2,3	,7
16. La empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente.	4,3	,7
17. Los trabajadores cumplen efectivamente el protocolo de atención.	2,8	,8

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Con respecto a las características del personal, los resultados obtenidos de la tabla 03 indican que no es muy favorable; si bien, los promedios aproximados a 4 puntos, señalan que el personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen

desempeño en su puesto de trabajo; asimismo la empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente, sin embargo, este protocolo prácticamente no se cumple de manera efectiva, según el promedio de menos de 3 puntos. Promedios de dicha magnitud también dejan en claro que el personal no recibe muchas capacitaciones, y cuando las hay el contenido de estas no es el que se requiere para que el trabajador desempeñe bien sus funciones.

Otra de las características de un proceso de SERVUCCIÓN es el personal, que son los encargados de brindar el servicio; es importante para ello que éste cuente con los conocimientos y habilidades necesarias para brindar un servicio que cumpla con las perspectivas del cliente. El estudio da cuenta que el personal de la empresa investigada cuenta con la experiencia necesaria que requiere el puesto de trabajo, sin embargo no reciben capacitaciones continuas, y cuando las hay no tienen los contenidos necesarios. Por otro lado el estudio encontró que la empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente, pero los trabajadores no lo cumplen.

3.4. Características de los elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Tabla 4. Percepción promedio por los aspectos de la tangibilidad del servicio

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
1. Ospet cuenta con maquinaria en estado óptimo para el desarrollo de sus operaciones.	3,7	1,0
2. Ospet cuenta con la infraestructura adecuada para la ejecución de sus actividades.	3,1	,9
3. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.	3,0	,8
4. Ospet cuenta con la tecnología adecuada para realizar sus operaciones.	3,9	,5

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Los resultados que muestra la tabla 04 respecto a los elementos tangibles del servicio, los investigados consideran que Ospet cuenta con maquinaria en estado óptimo y tecnología adecuadas para el desarrollo de sus operaciones, según los promedios cercanos a los 4 puntos; sin embargo, los clientes consideran que dicha empresa no cuenta con la infraestructura adecuada para la ejecución de sus actividades y sus instalaciones no cumplen con las normas de seguridad.

La decisión de compra es un aspecto que enfrentan los clientes cuando toman la decisión de adquirir un bien o servicio; éstos evalúan una serie de aspectos dentro de los cuales se encuentran los elementos tangibles; éstos, en el estudio no reciben una apreciación favorable, lo que se explica por varios aspectos; a pesar de que los clientes consideran que la maquinaria se encuentra en estado óptimo para el desarrollo de sus operaciones, no sucede lo mismo con la infraestructura y con las instalaciones siendo estos poco seguros; el único aspecto favorable es la tecnología, la cual según los investigados es adecuada para realizar sus operaciones.

3.5. Nivel de fiabilidad del servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Tabla 5. Percepción promedio por los aspectos de la fiabilidad del servicio

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
5. Ospet cumple con las condiciones y clausulas establecidas en el contrato.	2,3	,6
6. Ospet respeta el costo del servicio acordado en el contrato.	2,0	,4
7. La empresa tiene la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y los plazos establecidos.	2,3	,6
8. El servicio se realiza de forma eficiente y sin errores.	3,1	,8
9. Los empleados están capacitados para resolver alguna circunstancia que incida en la prestación del servicio.	2,3	,5

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Los resultados obtenidos que se pueden apreciar en la tabla 05 determinan que el servicio que brinda la empresa Ospet, es poco fiable, según los promedios de 3 puntos o menos en todo los aspectos evaluados; dejando en claro que la empresa prácticamente no cumple con las condiciones y clausulas establecidas en el contrato, respeta poco el costo del servicio acordado en el contrato, no tiene la capacidad para ejecutar el servicio acordado en los plazos establecidos, éste no se realiza de manera eficiente y sin errores y los empleados no están capacitados para resolver alguna circunstancia que incida en la prestación del servicio.

La fiabilidad es un punto importante que se debe cumplir para que un servicio sea percibido de calidad. Sin embargo los estudios realizados indican que el servicio es poco fiable, la empresa no cumple con las condiciones establecidas en el contrato, tampoco

respetar los costos pactados. La empresa no tiene la capacidad de ofrecer el servicio en los plazos establecidos, de manera eficiente y sin errores. A esto se suma la poca capacitación de los empleados para dar solución a los problemas que se presentan en el servicio.

3.6. Capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.- Talara-2019

Tabla 6. Percepción promedio por los aspectos de la capacidad de respuesta

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
10. El personal tiene iniciativa para resolver una situación problemática.	2,5	,6
11. La empresa cumple con la entrega del servicio en el tiempo establecido.	2,6	,9
12. La empresa cuenta con personal con disposición para resolver los problemas del cliente de manera inmediata.	3,1	1,0
13. El personal brinda información necesaria sobre el servicio.	2,7	,8

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Los datos de la tabla 06, señalan que la capacidad de respuesta del servicio que la empresa Ospet brinda, es poco favorable, según los promedios iguales o inferiores a 3 puntos. Esos resultados implican que el personal no tiene iniciativa propia para resolver una situación problemática, la empresa no siempre cumple con la entrega del servicio en el tiempo establecido y no cuenta con personal con disposición para resolver los problemas del cliente de manera inmediata, y con capacidad para brindar información necesaria sobre el servicio.

La disposición del personal para realizar un buen servicio, es otro de los aspectos que pueden repercutir en la calidad del mismo. La investigación indica que los trabajadores de la empresa muestran poca disposición para escuchar y resolver los problemas asociados al servicio, lo que puede ocasionar un impacto negativo en la calidad de este. Asimismo, los tiempos de entrega de servicio es clave para construir relaciones sólidas entre clientes y la empresa, un punto que sin embargo de acuerdo a la versión dada por los clientes está siendo bastante crítico ya que no se está entregando a tiempo el servicio.

3.7. Nivel de seguridad que brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Tabla 7. Percepción promedio por los aspectos de la seguridad del servicio

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
14. El personal cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo.	2,2	,7
15. Ospet reserva y mantiene la confidencialidad de la información obtenida de sus clientes.	1,7	,5
16. Los servicios que presta la empresa brindan confianza al cliente.	2,4	,7

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Los resultados que muestra la tabla 07, respecto a la seguridad del servicio que brinda la empresa la opinión no mejora, según los promedios de menos de 3 puntos; estos resultados prueban que el personal no cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo, la empresa no mantiene la reserva y la confidencialidad con relación a la información obtenida de sus clientes y tampoco brinda un servicio confiable.

La habilidad del personal para generar credibilidad y confianza en el servicio, es otro aspecto que contribuyen a la calidad del servicio; el estudio la seguridad del servicio, también es cuestionable debido a la valoración poco favorable; se cuestiona el perfil del personal para desempeñar eficientemente su trabajo, la organización no mantiene la confidencialidad con relación a la información de sus clientes, lo que conduce a un servicio poco confiable.

3.8. Nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Tabla 8. Percepción promedio por los aspectos de la empatía del servicio

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
17. La empresa brinda atención personalizada a los clientes.	2,4	,6
18. El cliente identifica fácilmente a la persona encargada del servicio.	2,3	,9
19. El personal mantiene una comunicación continua y permanente con el cliente durante el desarrollo del proceso del servicio.	2,2	,8
20. Habitualmente no se presenta dificultades en la comunicación con los representantes de los clientes corporativos.	2,9	,8

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

La tabla 08 se expone que los aspectos con relación a la empatía tampoco reciben una valoración favorable, conforme a los promedios de menos de 3 puntos; esos resultados dan cuenta que la empresa no ofrece atención personalizada a los clientes y éstos no identifican fácilmente a la persona que tiene a cargo el servicio. Es más, el personal no mantiene una comunicación continua y permanente con el cliente durante el desarrollo del proceso del servicio, aunque en la empresa habitualmente no se presentan dificultades en la comunicación con los representantes de los clientes corporativos.

Otro aspecto investigado dentro de la calidad del servicio es la empatía; esta característica del servicio posibilita el contacto con los clientes, a través de una buena comunicación y conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor; los resultados determinan que este es otro de los aspectos por mejorar, a fin de lograr un mayor acercamiento al cliente, conocer sus necesidades y ofrecerle un servicio personalizado.

3.9. Propuesta del proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019

Tabla 9. Nivel del proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.

Aspectos	Deficiente		Regular		Buena		Muy buena		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
SERVUCCION	3	6,7%	37	82,2%	5	11,1%	0	0,0%	45	100,0%
Cliente	0	0,0%	20	44,4%	24	53,3%	1	2,2%	45	100,0%
Soporte físico	15	33,3%	25	55,6%	5	11,1%	0	0,0%	45	100,0%
Personal de contacto	4	8,9%	39	86,7%	2	4,4%	0	0,0%	45	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Los resultados de la tabla 09, demuestran el nivel en el que se encuentra el proceso de SERVUCCION en la empresa Ospet SAC, de Talara; la opinión mayoritaria de los trabajadores coincide que dicho proceso es regular, según se observa en el 82.2%; en este nivel también se encuentra el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a la opinión del 55.6% y 86.7%; el único aspecto favorable, es el relacionado al cliente, que es considerado como bueno por el 53.3%.

Tabla 10. Percepción promedio por los aspectos del proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
SERVUCCIÓN	3,13	,38
Cliente	3,65	,48
Soporte físico	2,83	,44
Personal de contacto	3,02	,42

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

La tabla 10 indican la apreciación promedio de los trabajadores por el proceso de SERVUCCIÓN; los resultados muestran promedios de alrededor de 3 puntos en dicha variable y en las dimensiones soporte físico y personal de contacto, evidenciando una opinión poco favorable; los resultados confirman además que los aspectos relacionados al cliente, son los únicos que logran una valoración favorable, según el promedio de cerca de 4 puntos.

La SERVUCCIÓN es un proceso que requiere que los aspectos físicos y humanos, estén coherentemente coordinados para que el contacto con los clientes asegure la prestación de un buen servicio. El estudio indica que en general este proceso aún no ha sido desarrollado por la empresa Ospet SAC., sobre todo en lo relacionado al soporte físico y al personal de contacto; en cuanto al cliente, si se evidencia un buen soporte, que garantiza en cierta medida la prestación de satisfacer parte de las necesidades del cliente.

Tabla 11. Nivel de la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.

Aspectos	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Buena		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Calidad del servicio	0	0,0%	5	33,3%	10	66,7%	0	0,0%	15	100,0%
Tangibilidad	0	0,0%	2	13,3%	3	20,0%	10	66,7%	15	100,0%
Fiabilidad	0	0,0%	11	73,3%	4	26,7%	0	0,0%	15	100,0%
Capacidad de respuesta	0	0,0%	5	33,3%	6	40,0%	4	26,7%	15	100,0%
Seguridad	1	6,7%	13	86,7%	1	6,7%	0	0,0%	15	100,0%
Empatía	0	0,0%	10	66,7%	3	20,0%	2	13,3%	15	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

La tabla 11 muestran el nivel de calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet; la mayoría de los clientes, 66.7%, coinciden en que dicha calidad es regular, nivel que

también se refleja mayormente en la dimensión capacidad de respuesta, según la observación en el 40%; el único aspecto que es valorado en forma favorable es el relacionado a los aspectos tangibles del servicio, los cuales son calificados como buenos por el 66.7%. La fiabilidad, seguridad y empatía son considerados como deficientes por la mayoría de los investigados, como se observa en el 73.3%, 86.7% y 66.7%.

Tabla 12. Percepción promedio por los aspectos de la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
Calidad del servicio	2,6	,4
Tangibilidad	3,4	,6
Fiabilidad	2,4	,4
Capacidad de respuesta	2,7	,7
Seguridad	2,1	,5
Empatía	2,4	,6

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

La tabla 12 indica la percepción promedio de los clientes por cada una de las dimensiones y por el servicio en general; esto logra un promedio por debajo de los 3 puntos, confirmando que el servicio es de escasa calidad; a este nivel contribuyen todos los aspectos: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, aunque los elementos tangibles, son los que son valorados de manera ligeramente favorable.

La calidad del servicio es un atributo esencial en las empresas modernas, muchas de las cuales cuentan con políticas de mejora continua, para afrontar la competencia cada vez más fuerte y para satisfacer la necesidad de clientes cada vez más exigentes. Un servicio de calidad marca la diferencia entre la competencia, y contribuye a la fidelización de los clientes. En el estudio, el servicio que presta la empresa Ospet, es de una calidad media, nivel que se explica por los aspectos tangibles y capacidad de respuesta del servicio; los otros aspectos, fiabilidad, seguridad y empatía son catalogadas como deficientes.

IV. DISCUSIÓN

Para la presente discusión se tomaron en cuenta los resultados conseguidos de los instrumentos utilizados en la investigación: cuestionario, guía de entrevista y guía de observación, los cuales fueron contrastados con las teorías de autores y antecedentes de investigaciones citados anteriormente.

Con respecto al primer objetivo, el cual fue identificar los requerimientos del cliente de la empresa Ospet SAC.-Talara-2019. Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana (2014), manifestaron que el cliente es un elemento principal e indispensable del servicio, ya que sin él no se iniciaría el proceso de servucción pues ejerce dos funciones: productor y consumidor a la vez. Asimismo, los porcentajes de la presente investigación concuerdan con lo señalado por estos autores, pues el 53.3 % demuestran que uno de los aspectos más relevantes en el proceso de servucción en la empresa Ospet SAC. es el relacionado al cliente. Del mismo modo, en lo que concierne a los requerimientos del cliente, el 40% del total de trabajadores encuestados afirmaron estar de acuerdo en que el servicio brindado se desarrolla dentro de los plazos establecidos, seguido de un 91.1 % quienes también señalaron estar de acuerdo en que se cumple con las características del servicio solicitado.

Corrales (2016) concluye que la servucción es un sistema que gestiona un proceso de “fabricación” de servicios, utilizando elementos y estrategias similares a un proceso de producción, haciendo cumplir los objetivos que nacen de los requerimientos de la calidad del servicio y la aplicación de elementos fundamentales para mejorar la atención al cliente. De la misma manera se evaluó el indicador satisfacción respecto al servicio desde la percepción del trabajador mostrándose un resultado favorable, pues indicaron estar de acuerdo en un 40% calificando el servicio como rápido y eficiente. Esta última valoración se contrastó con lo obtenido en la entrevista al gerente quien señaló que siempre tratan en lo posible de cumplir con lo solicitado por los clientes, y por entregar el servicio dentro de los plazos establecidos, además acotó que los costos que manejan están dentro del mercado.

En la investigación presentada por Bustos (2013) se concluye que para lograr la satisfacción del cliente como respuesta proyectada y para la gestión de la calidad del servicio, en primer lugar se tiene que cubrir las necesidades y expectativas del consumidor con el propósito de que se convierta en cliente fidelizado.

Hoy en día los clientes son cada vez más exigentes, por lo cual es importante identificar sus necesidades y expectativas acerca del servicio, ya que de esta forma estaremos manteniendo clientes leales y satisfechos. Una característica principal que debe tener el servicio es ser un servicio de calidad, siendo esta calidad obtenida a través del cumplimiento de los requerimientos y la satisfacción del cliente.

Para el caso del segundo objetivo específico que está direccionado a determinar cuál es el soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana (2014) afirman que el soporte físico es la parte visible para el cliente y necesaria para una excelente prestación de servicio. No obstante, los resultados expuestos en la presente investigación manifiestan que el 77.8 % de los trabajadores encuestados están totalmente en desacuerdo que la empresa cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada; mientras que el 71.1 % afirma que los equipos con los cuenta no cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad. Asimismo, en lo que se refiere a las herramientas de trabajo los resultados demostraron que el 60 % de los trabajadores están de acuerdo que cuentan con las suficientes herramientas para realizar su trabajo, y el 86.7 % manifiesta que la empresa si les provee de los epp necesarios.

Con lo anteriormente citado, se evidencia que el actual proceso de servucción es poco favorable en lo que se respecta al soporte físico, aspecto que puede incidir negativamente en el servicio que se brinda debido a la antigüedad de los equipos y la falta de mantenimiento de estos, siendo este uno de los motivos de paradas imprevistas y retrasos en el servicio por algún desperfecto que presenten durante la ejecución del mismo. Frente a ello Guerrero (2013) concluye que el mantenimiento de los equipos e instalaciones, son completamente necesarios en vista de que el área física o infraestructura es parte importantísima del proceso servuctivo, una empresa no puede mejorar sus servicios con equipos que no funcionen satisfactoriamente e instalaciones inadecuadas.

Por el contrario, la guía de entrevista aplicada al gerente de operaciones nos señaló una perspectiva diferente en cuanto al soporte físico, dándonos a conocer que los equipos y maquinarias presentaban un buen estado situacional dado que trabajaban a alta presión teniendo por lo tanto que cumplir con estar en condiciones óptimas y seguras. Asimismo, mencionó que los trabajadores eran supervisados por un jefe de seguridad quien se encargaba que al inicio y durante sus labores estos llevaran correctamente sus

implementos de seguridad, puesto que podían estar sujetos a una inspección imprevista del QHSE de seguridad de petrolera.

Aunque el servicio puede parecer intangible, requiere de aquellos medios o soportes operativos necesarios para la prestación del servicio como equipos, herramientas de trabajo, materiales, medios de protección, etc. Una realidad de los servicios es la automatización del soporte físico brindando una ventaja competitiva a aquellos que sustituyen los soportes tradicionales por nuevos soportes sofisticados que permitan cumplir cada vez más las necesidades que exigen los clientes a través de un servicio inmediato y siempre disponible; y de esa manera mejorar la competitividad y productividad de la empresa en el mercado.

El tercer objetivo que es describir las características del personal de contacto de la empresa Ospet SAC.- Talara-2019. Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana (2014) indican que el personal de contacto son los empleados de la empresa que mantienen contacto directo con los clientes. Estos cumplen dos funciones: operacional y relacional, siendo las características más valoradas en ellos: la experiencia laboral, la capacitación y el uso de protocolos de atención. Los resultados hallados en la investigación muestran que el 37.8 % está de acuerdo que el personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen desempeño de su puesto de trabajo. Por otro lado el 64.4% está en desacuerdo con la premisa de que recibe constantemente capacitaciones; opiniones que concuerdan con las respuestas obtenidas en la guía de entrevista que se realizó al Gerente de Operaciones, quien señaló que sus trabajadores son personas bastante calificadas y con la experiencia necesaria razón por la cual no reciben constantes capacitaciones.

No obstante, Guala (2014) en una de sus conclusiones manifiesta que la capacitación al personal de contacto puede ser uno de los factores importantes para que este proceso sea exitoso y brinde una mayor base de candidatos potenciales para que adquieran los servicios. Asimismo, Ortiz (2014), en una de sus interpretaciones concluye que para que una empresa tenga ventaja competitiva sobre su competencia es importante que mantenga a su personal capacitado, por lo que se deben aplicar estrategias para mejorar la eficiencia.

El mundo de los servicios es subjetivo, ya que está sujeto del factor humano que intervenga; sobretodo, del personal que está en constante comunicación con el cliente. Es

por esta razón que el personal que realiza estas funciones, debe ser muy bien seleccionado y estar en constante capacitación y evaluación. Además, son ellos una fuente de ideas para la mejora continua, ya que son quienes perciben de manera directa la satisfacción o decepción de los clientes.

El cuarto objetivo específico es determinar las características de los elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019. Valls, et al. (2017) mencionaron que los elementos tangibles son los aspectos básicos del servicio, teniendo que ver con la maquinaria de trabajo, infraestructura y tecnología. Teniendo como resultados de dicho objetivo que el 53,3 % de los clientes encuestados están de acuerdo con el estado óptimo de las maquinarias, seguido de un 40% quienes señalaron estar de acuerdo con la infraestructura de la empresa para la ejecución de sus actividades, asimismo el 73.3% está de acuerdo con la tecnología utilizada por Ospet SAC, considerando la calidad del servicio en los elementos tangibles como buena.

Dichos resultados difieren a la investigación realizada por Díaz (2018), quien concluye que la calidad de servicio respecto a los elementos tangibles de la institución en estudio resultó ser “regular”, con un promedio de 46.28%. Debiéndose a que el 55.6% de los encuestados consideró que los equipos y tecnología se encontraban en un estado regular, seguido de un 48.1% quienes consideraron que los materiales informáticos no eran los adecuados y/o prácticos para ellos.

Respecto a los resultados que se obtuvieron en la guía de observación, se comprobó que las maquinarias al igual que los equipos eran muy antiguos evidenciándose que no hay prioridad en modernizar el elemento más importante en todo servicio, lo mismo sucedía con la tecnología si bien hacían uso de recursos informáticos estos eran deficientes para la resolución de problemas y rapidez del servicio. Frente a esta situación crítica el gerente durante su entrevista mencionó que se tiene planeado repotenciar tanto las maquinarias y equipos siendo uno de los objetivos a largo plazo que tiene la empresa adquirir nuevas máquinas, equipos y tecnología sofisticada que les permita mejorar la prestación del servicio.

El Perú tiene una alta expansión de empresas de servicios por lo que las empresas se enfrentan a una amplia competencia teniendo que recurrir a buscar nuevas estrategias y herramientas que les permitan ser competitivas en el mercado, una de esas herramientas es el uso de la tecnología con la que se logra la optimización de recursos humanos,

máquinas y tiempo, así como la mejora de todos los procesos permitiendo resolver problemas y la inmediatez del servicio. Ospet es una empresa que presta servicios en el sector de hidrocarburos y por lo tanto debe dar suma importancia el uso de tecnología que les permita mejorar sus procesos y aumentar sus oportunidades de negocio.

En referencia al quinto objetivo específico que es establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Valls, et. Al (2017) indican que la fiabilidad es la capacidad de brindar un servicio de una manera exacta, segura y consciente. No obstante los resultados obtenidos en el cuestionario que se aplicó a los clientes corporativos, consideraron la dimensión fiabilidad como deficiente, ya que el 73.3% está en desacuerdo que la empresa cumple con las condiciones y cláusulas establecidas en el contrato, seguido de un 73.3 % que también está en desacuerdo que la empresa tiene la capacidad de ejecutar el servicio acordado según el contrato. Asimismo un 40% se muestra indeciso ante la premisa de que si el servicio es realizado de forma eficiente y sin errores.

Los resultados anteriormente mencionados concuerdan con la investigación de Díaz (2018), quien concluye que el nivel de calidad de servicio en fiabilidad de la institución en estudio, resultó ser “malo”, con un promedio general de 41.46%, esto es ocasionado porque según el 51.9% de los usuarios considera que los trabajadores realizan de manera regular sus funciones desde la primera vez, además el 44.4% considera que casi nunca se cumple con el tiempo prometido en los procesos, y finalmente el 40.7% de los usuarios considera que por lo menos la mitad de los empleados cometen errores en sus funciones, repercutiendo así de manera negativa en la fiabilidad de la institución.

En cuanto a la entrevista aplicada al Gerente de Operaciones, este señaló que siempre tratan en lo posible por cumplir los acuerdos establecidos sobre todo en lo que es el tiempo de entrega del servicio, ya que por diversas eventualidades puede no darse, pero afortunadamente estos casos no son muy asiduos. Cabe resaltar que Sánchez (2017) en una de las conclusiones de su estudio afirma que la fiabilidad (servicio realizado de manera correcta) es el factor más importante para los clientes, entendiéndose que ellos esperan que esta cualidad sea satisfecha en el momento requerido a la hora de pedir el servicio.

Cabe resaltar que la razón primordial de toda organización es brindar un servicio de calidad, por esa razón se requiere revisar cada uno de los procesos del servicio y

verificar el cumplimiento de los mismos con la finalidad de asegurar la correcta realización de las actividades necesarias para mejorar la fiabilidad de los clientes y de ser requerido realizar las correcciones para lograrla, y de esa forma seguir manteniendo la permanencia de los clientes corporativos.

De acuerdo al sexto objetivo que fue determinar la capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019, Valls, et. al (2017) mencionan que la capacidad de respuesta es brindar un servicio puntual, manifestándose a través de características como personal proactivo y la disponibilidad para resolver los problemas del cliente. Sin embargo los resultados de la investigación determinan que el 53.3% está en desacuerdo que el personal tiene iniciativa para resolver una situación problemática, seguido de un 33.3 % que está en desacuerdo que el personal tiene la disposición para resolver de manera inmediata los problemas del cliente, considerándose el nivel de capacidad de respuesta como regular.

No obstante, en la investigación realizada por Díaz (2018) se llegó a determinar el nivel de capacidad de respuesta de la institución en estudio, el cual resultó ser “malo”, con un promedio general igual a 51.8% debiéndose a que el 51.9% de los usuarios considera que sus reclamos y quejas nunca son atendidos a tiempo, además el 40.7% de los usuarios considera como malo el trabajo de los empleados debido a que continuamente comenten errores y finalmente el 63% de los encuestados considera que el trabajo de los colaboradores es malo ya que no atienden de manera oportuna sus consultas.

Con respecto a la guía de entrevista que se realizó al gerente de operaciones, los resultados discrepan con los obtenidos en el cuestionario realizado a los clientes, manifestando que la empresa no sólo cuenta con personal con amplia experiencia sino también con un personal que muestra disposición e iniciativa para resolver los problemas asociados al servicio. De la misma manera en la guía de observación se evidenció que los trabajadores son personas proactivas mostrando habilidades para saber manejar los inconvenientes y/o problemas que suscitan durante la prestación del servicio.

Conforme a los resultados que se observan en los instrumentos aplicados en la presente investigación, estos difieren, debiéndose en primer lugar a que según nuestra percepción el gerente tiene que cuidar la imagen corporativa de la empresa manifestándonos aspectos positivos con respecto al servicio que brinda, sin embargo para los clientes la percepción es diferente, pues estos son empresas operadoras

(concesionarios de lotes) quienes son cada vez más exigentes en la prestación del servicio lo que implica que este se efectúe eficientemente, y donde los problemas suscitados sean solucionados de manera inmediata.

El séptimo objetivo está dirigido a identificar el nivel de seguridad que brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019. Valls, et. al (2017) indican que la seguridad tiene que ver con el conocimiento y cortesía de los empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad. Los resultados del objetivo mencionado señalan que el nivel de seguridad es deficiente, debido a que el 73.3 % está en desacuerdo que el personal cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo. Asimismo el 53.3 % está en desacuerdo que los servicios que presta la empresa brinde confianza al cliente. Sin embargo los resultados conseguidos en la guía de entrevista fueron contradictorios, ya que el gerente manifestó que el servicio que brinda es confiable gracias a que la empresa tiene como política la confidencialidad de la información proporcionada por sus clientes garantizando su reserva.

Por otro lado en los resultados conseguidos en el estudio de Díaz (2018) se estableció el nivel de seguridad de la institución en estudio, siendo considerada “regular” según el promedio general del 45.38%; esto se debe a que el 51.9% cataloga como regular la inspiración de confianza por parte de los trabajadores, el 59.3% de los encuestados afirmó no sentirse seguros con las gestiones que realiza la institución en estudio, y finalmente el 63% de los usuarios considera que los trabajadores se encuentran capacitados de manera regular para dar respuesta a sus preguntas.

De acuerdo con los resultados de los ítems como es el perfil requerido, confidencialidad de información y confianza al cliente, no favorecen a la empresa, por lo que se tiene que trabajar en estos aspectos en busca de una mejora en el servicio que permitan cumplir con las exigencias de los clientes, ya que al no reunir los requisitos solicitados conduce a que el servicio sea poco seguro.

Cuando un cliente contrata un servicio, este no puede evaluarlo hasta que no consuma el servicio, es por este motivo la importancia de aplicar una dimensión clave como es la SEGURIDAD. Es por esta razón que toda empresa debe tener un plan de seguridad que garantice la credibilidad y confiabilidad del cliente.

De acuerdo al octavo objetivo específico, el cual hace referencia a determinar el nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019. Valls, et. al. (2017) señalan que la empatía está orientada a la atención personalizada y cuidadosa a los clientes. Sin embargo los resultados de la encuesta aplicada a los clientes señalaron estar en desacuerdo con la atención personalizada brindada por el personal (66.7%). Otro factor importante en la empatía es la comunicación empresa-cliente, característica que del mismo modo fue considerada como deficiente siendo reflejado en la percepción de los clientes quienes estuvieron en un 80% en desacuerdo que la empresa mantiene una comunicación continua con ellos, situación que discrepa con los resultados obtenidos en la entrevista al gerente quien señaló que siempre mantienen una comunicación permanente durante el desarrollo del servicio; considerándose el nivel de empatía como deficiente.

Los resultados antes mencionados tienen similitud a los obtenidos por Sánchez (2017) quien concluye que la carencia en la dimensión empatía se debe a la falta de atención por parte del personal para cumplir con las necesidades reflejando la falta de trabajo, y corrección inmediata ante ello.

En el mundo empresarial, la dimensión empatía es indispensable para el éxito sostenible de las organizaciones sobre todo en las empresas prestadoras de servicios, siendo trascendental que los clientes sepan que sus intereses son una prioridad, es por ello que es importante brindar una buena atención personalizada y mantener una comunicación continua de tal manera que se sienta en confianza. Si una empresa no practica la empatía no puede desarrollar alternativas que brinden la satisfacción de sus clientes y van destinados al fracaso.

Por último el objetivo general está orientado a establecer el proceso de servucción para promover la calidad del servicio en la empresa Ospet SAC.- Talara-2019. Eiglier y Langeard, citados por Vargas y Aldana (2014) definen la servucción como la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos para la prestación del servicio, cuyas características comerciales y niveles de calidad se han trabajado de manera predeterminada. Asimismo, Parasuraman et al. citados por Valls et al. (2017) señalan que la calidad de servicio es el grado de la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del consumidor acerca del servicio. Por lo que para las empresas el eje más importante es el cliente, ya que son ellos quienes califican el servicio

en función a sus percepciones abarcando todo el proceso hasta la entrega del servicio. (Zeithaml et al., 2009)

Sin embargo, los resultados del presente estudio, indicaron que el proceso de servucción que actualmente predomina en la empresa Ospet SAC. está en un nivel regular con un 82.2 %, siendo los elementos pocos favorables según la percepción de los trabajadores el soporte físico con 55.6 % debido a la falta de renovación de los equipos y el mantenimiento de estos, y el personal de contacto con un 86.7% producto de la falta de capacitación y el incumplimiento del uso de protocolos de atención por parte de los trabajadores. Por otro lado los clientes valoran la calidad del servicio en un nivel regular con un 66.7 %, siendo el aspecto más valorado los elementos tangibles, los cuales son calificados como buenos por el 66.7%, seguido de la capacidad de respuesta con un 40%. Sin embargo los aspectos considerados como deficientes por la mayoría de los investigados son la fiabilidad con 73.3%, seguridad con 86.7% y empatía con 66.7%.

Guala (2014), sustenta que ante un mercado globalizado y cambiante como el actual, las empresas no se preocupan por mejorar o tener un sistema de servucción apropiado, por lo tanto las empresas deben definir estrategias flexibles que les permitan hacer frente a cambios de distinto índole como en el entorno económico, en la competencia, en la introducción de nuevas tecnologías y el perfil del cliente; de no ser así, se encontrará a clientes insatisfechos y mal servidos, de modo que no participaran de manera activa en la producción del mismo.

El proceso de servucción es una herramienta de gestión no sólo indispensable, sino además necesaria para todo tipo de empresas de servicios que deseen ser competitivas en el mercado y lograr su supervivencia, implicando una mejora tanto en el personal de contacto como en el soporte físico de la empresa; sin embargo este sistema es muy poco aplicada en las organizaciones de ámbito nacional, siendo un factor en contra para estos negocios que quieran brindar un servicio de calidad. No obstante para que un proceso de servucción sea ejecutado en una organización es necesario que este desarrolle una verdadera cultura organizacional orientada al servicio.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los requerimientos del cliente se pudo determinar que este es uno de los elementos más importantes en el proceso de servucción en la empresa Ospet SAC., lo que conduce a concluir que dicha empresa pone énfasis en este elemento fundamental como es el cliente quienes cada vez son más exigentes en los servicios en tiempos, costos, rapidez y eficiencia.
2. La investigación evidencia que las características del soporte físico es uno de los aspectos poco favorables en la empresa Ospet SAC. dado que los equipos y maquinarias son antiguos, lo que ocasiona que se generen muchas veces retrasos o demoras en la entrega del servicio.
3. Otra de las características del proceso de servucción es el personal de contacto que son los encargados de brindar el servicio en la empresa. De acuerdo al estudio el personal cuenta con la experiencia, así como el conocimiento, habilidades y destrezas necesarias, sin embargo no reciben capacitaciones continuas y específicas, cuyo contenido sea el requerido para que el trabajador desempeñe eficientemente sus funciones.
4. En la prestación del servicio los clientes evalúan una serie de aspectos dentro de los cuales se encuentra los elementos tangibles. De acuerdo al estudio estos no reciben una apreciación favorable debido a la antigüedad de las maquinarias sin embargo para la percepción de un determinado número de clientes manifiestan lo contrario debido a que no hicieron una buena evaluación con respecto a lo mencionado, por otra parte la infraestructura y las instalaciones son pocos seguros para la ejecución de sus actividades, no obstante la tecnología es considerada favorable para realizar sus operaciones.
5. La falta de fiabilidad en el servicio es otro de los aspectos que se determinó en el estudio siendo considerado deficiente por razones que no cuenta con la capacidad de brindar el servicio en los plazos establecidos, de manera eficiente y sin errores; esto debido a la poca capacitación efectiva de los empleados para resolver inmediatamente los problemas que se presenten a la hora de ejecutar el servicio.
6. La capacidad de respuesta del personal para brindar un buen servicio es otro de los aspectos que repercute en la calidad del mismo, demostrando el estudio que es poco favorable debido a que el personal no tiene iniciativa propia para resolver

una situación problemática que se presente a la hora de la ejecución del servicio. De la misma manera el personal carece de disposición para resolver los problemas del cliente de manera inmediata. Por otro lado, es clave construir relaciones sólidas con los clientes entregando un servicio en el tiempo pactado, lo cual no se viene cumpliendo.

7. La seguridad refleja un resultado deficiente en la cual es cuestionado por los clientes debido a que el personal no cumple con el perfil para realizar eficientemente su trabajo. Del mismo modo, se observa que la organización no mantiene la confidencialidad de la información de sus clientes, lo que conduce que el servicio que presta no sea seguro.
8. La carencia en la empatía obtenida en los resultados, es debido a que el personal no brinda atención personalizada a los clientes, no mantiene una comunicación continua y permanente durante el desarrollo del servicio, lo que hace que el cliente no identifique fácilmente a la persona encargada o responsable, características bastantes débiles en la empresa, teniendo que mejorar este aspecto para lograr un acercamiento al cliente y conocer sus necesidades con respecto al servicio.
9. La propuesta del proceso de servucción que se plantea va mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC., logrando que la participación de los aspectos físicos y humanos estén coherentemente coordinados, de tal manera que asegure la prestación de un excelente servicio garantizando en cierta medida satisfacer las exigencias y necesidades del cliente.

VI. RECOMENDACIONES

1. Realizar evaluaciones periódicas al cliente para conocer si se están cumpliendo con satisfacer sus necesidades, y con las características del servicio que solicitan como tiempo, costos, inmediatez y sobre todo con ser eficientes, asimismo detectar y corregir las fallas del servicio ofrecido.
2. Gestionar la mejora del soporte físico repotenciando sus equipos y maquinarias a través de mantenimientos overhaul (revisiones), siendo este parte importante en todo proceso servuctivo puesto que una empresa no puede mejorar sus servicios con equipos que no se encuentran en condiciones óptimas.
3. Capacitar constantemente al personal administrativo y operativo en temas relacionados a la calidad del servicio de manera que adquieran los conocimientos y habilidades necesarias, además de inculcar a los trabajadores que cada una de las operaciones que realizan es tan importante para el desarrollo eficiente del servicio. De la misma manera evaluar al personal de forma periódica para corroborar el aprendizaje brindado.
4. Mejorar la dimensión de elementos tangibles de tal manera que las maquinarias cumplan con las exigencias que se requieren para la ejecución de los servicios, como son los mantenimientos programados, asimismo las instalaciones e infraestructura cumplan con la señalización y normas de seguridad.
5. Al encargado del área de operaciones de la empresa se le recomienda verificar y asegurar el cumplimiento de las actividades del servicio a través de indicadores claros que garanticen la fiabilidad de los clientes y de ser necesario realizar las correcciones para lograrla.
6. Demostrar una mejor predisposición al prestar el servicio, así como también estar preparado para ayudar al cliente con la resolución de algún problema o dificultad que se presente al momento de ejecutar el servicio.
7. Realizar una mejor selección del personal requerido a realizar el servicio con la finalidad que cumpla con el perfil adecuado para desempeñarse en las tareas asignadas. Asimismo mantener la reserva de la información brindada por el cliente generando la confianza en él.
8. Fortalecer el vínculo con los clientes sugiriendo al personal tener un trato más personalizado con la finalidad de mantener una comunicación efectiva. Por otra

parte se sugiere hacer uso de soportes tecnológicos de comunicación (WhatsApp, página web) facilitando al cliente comunicarse por esos medios.

9. Se recomienda la implantación de un proceso de servucción mediante el uso de estrategias que permitirán una mejora tanto del soporte físico como de los colaboradores logrando que los clientes tengan un servicio de calidad y por consiguiente aumentar su satisfacción con respecto al servicio que ofrece la empresa.

VII. PROPUESTA

PROPUESTA DEL PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C.- TALARA- 2019

7.1. Introducción

Obras y Servicios Petroleros SAC. - Ospet S.A.C., es una empresa situada en la provincia de Talara, que fue creada el 17 de febrero del 2004, con la finalidad de prestar servicios para el sector de hidrocarburos (servicio de pozos, registro y baleo, construcción de equipos y ejecución de obras especializadas); los cuales buscan elevar continuamente sus niveles de calidad y seguridad, de la misma forma ofrecer servicios diferenciados logrando satisfacer a sus clientes.

Actualmente la empresa cuenta con equipos y maquinarias muy antiguas limitándose a renovarlos, ya que se encuentra en una etapa de estabilización económica luego de la crisis de la baja del precio de petróleo viéndose afectada varias empresas de este sector. Asimismo, presenta retrasos o paradas imprevistas por la falta de mantenimiento de este soporte físico, sumándose a ello la deficiente atención y otros factores que están generando que la calidad del servicio sea calificada como regular. Es por ello que resulta imprescindible proponer estrategias de un proceso de servucción que busque poner énfasis en la calidad del servicio que ofrece dicha empresa, siendo este un factor relevante para la supervivencia de estas organizaciones prestadoras de servicio. La diferencia entre la fabricación de un producto y la fabricación de un servicio, está en que el elemento fundamental del proceso de servucción es el cliente, ya que es productor y consumidor a la vez. Por lo que, el punto clave es comprender la participación del cliente en la servucción.

Esta propuesta se realizará tomando en cuenta cada uno de sus elementos: Cliente, Soporte físico y Personal de contacto. Considerándose las falencias detectadas durante la prestación del servicio, de acuerdo a la información recopilada en los instrumentos que se han utilizado, la misma que ha permitido tener un panorama más amplio de cómo se da el proceso de servucción en la precitada empresa, repercutiendo en la calidad del servicio que brinda.

7.2. Objetivos

Objetivo General

Proponer el proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet SAC.

Objetivos específicos

- Establecer estrategias de comunicación efectiva con los clientes de la empresa Ospet SAC.
- Maximizar la eficiencia y capacidad operativa de los equipos y maquinarias de la empresa Ospet SAC.
- Fomentar la productividad del personal que ejecuta los servicios en la empresa Ospet SAC.
- Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico del personal para su mejor desempeño.

7.3. Justificación

Las primeras causas para desarrollar las estrategias están respaldadas en los resultados adquiridos a través de los instrumentos aplicados en la empresa Ospet SAC., los cuales determinan la servucción como un proceso regular, del mismo modo el nivel de calidad del servicio es considerada como un atributo regular; esto conlleva a tomar acciones que permitan corregir aspectos o factores en el servicio, con la finalidad de asegurar la continuidad de la empresa en el mercado de Talara, ser más competitivo, y generar su crecimiento económico.

Para lograr el desarrollo adecuado del proceso de servucción se necesita la participación de todo el personal, siendo importante efectuar capacitaciones con la finalidad de dar a conocer las funciones a sus colaboradores en función a su experiencia y formación, además de realizar mejoras y evaluaciones en relación a sus equipos y maquinarias. Asimismo, mejorar la percepción que el cliente tiene con referencia a la calidad del servicio que ofrece la empresa sobre todo en la calidad de atención que este recibe y en la confianza que este le genere.

7.4. Análisis FODA

F. INTERNOS F. EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Permanencia en el mercado (15 años). F2. Base de datos de clientes corporativos. F3. Personal calificado y con experiencia. F4. Instalaciones adecuadas.	D1. Equipos y maquinarias antiguos. D2. Incumplimiento de mantenimiento de los equipos y maquinarias. D3. Atención al cliente y Calidad del servicio deficiente.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
O1. Avances tecnológicos. O2. Clientes potenciales. O3. Nuevas concesiones de lotes petroleros en operadoras del noroeste.	- Establecer un programa de comunicación efectiva con los clientes. (F2, O1)	- Repotenciar los equipos y maquinarias que se utilizan en la ejecución del servicio de swab y pulling (D1, D2, O1,O3)
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
A1. Nuevos competidores. A2. Desarrollo e innovación por parte de la competencia. A3. Recesión económica. A4. Inestabilidad política.	- Desarrollar programas de incentivos al personal que ejecuta los servicios (F3, A1).	- Desarrollar planes de capacitación para el personal administrativo y operativo para el buen desempeño de sus funciones. (D3, A1, A2).

7.5. Análisis del entorno competitivo

- a) **Rivalidad entre competidores:** Ospet SAC., cuenta con competencia en su entorno dedicados al mismo rubro de servicios de pulling, swab y workover en la provincia de Talara como: Victory Inca Petroleum, Jefron, Petrex Saipem entre otros. El entorno actual del sector de hidrocarburos se vio afectada hace cuatro años por los precios bajos del barril petróleo (crudo) situación que ocasionó una fuerte competencia entre estas empresas prestadoras de servicio que se encuentran obligadas a ofrecer tarifas más bajas de lo normal en el mercado. Las empresas competidoras cuentan con equipos y maquinaria modernos lo que hace que sus actividades se desarrollen de manera eficiente manteniendo a sus clientes satisfechos, situación que se discrepa en la empresa Ospet SAC. ya que esta tiene deficiencias en el soporte físico y en la carente atención de su personal de contacto; estos factores ocasionan que la calidad de sus servicios sea calificado como regular.

- b) **Amenaza de productos y/o servicios sustitutos:** de acuerdo a lo investigación realizada se conoció que no existen bienes que sustituyan los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC.

- c) **Riesgo de entrada de nuevos competidores:** la empresa Ospet SAC. se encuentra en el rubro servicios de mantenimiento de pozos de extracción de petróleo, el cual realiza sus actividades en el noroeste del Perú. Estos servicios son indispensables cuando hay merma en los pozos de producción en la extracción del petróleo, motivo por el cual nuevos competidores ingresan de los países asiáticos; los cuales ven una oportunidad atractiva de ingresar a este mercado. Ante ello, Ospet SAC. debe prepararse ante el surgimiento de alguna nueva empresa.

- d) **Poder de negociación con los proveedores:** la empresa Ospet SAC. cuenta con proveedores que tienen la capacidad de negociación, ya que ellos son la principal fuente de abastecimiento de insumos y recursos necesarios para las operaciones de servicios de pozos, caracterizándose por tener que superar altos requisitos de calidad.

- e) **Poder de negociación de clientes:** la capacidad de negociación de los clientes de Ospet SAC. es elevado, porque son ellos como compradores los que pueden forzar a mejorar las garantías, formas y los plazos de pago, calidad o disponer de más servicios o incluso solicitar la baja de los precios.

7.6. Mercado Meta

El principal mercado de la empresa Ospet SAC., lo conforman los clientes corporativos (operadoras concesionarias de lotes petroleros) de la provincia de Talara.

7.7. Desarrollo de estrategias

Para el desarrollo de principales estrategias, se realizó el análisis FODA para determinar los factores internos y externos, lográndose identificar (04) estrategias a implementar en la empresa Ospet SAC. con el propósito de optimizar el proceso de servucción y la calidad de servicio que a continuación se describen:

Estrategia 1: FO: Establecer un programa de comunicación efectiva con los clientes

a. Descripción de la estrategia

La estrategia se basa en atender oportunamente al cliente haciendo uso de las herramientas o medios de comunicación de tal manera que el cliente pueda obtener información de los servicios, o pueda llevar un seguimiento detallado del proceso del servicio que ha solicitado.

b. Tácticas

- Mantener comunicación activa con los clientes a través de soportes digitales.
- Búsqueda de relaciones laborales con los clientes.

c. Programa estratégico

La estrategia se ejecutará desde el mes de agosto hasta setiembre del año 2019; la persona responsable es el administrador de la empresa Ospet SAC., el mismo que deberá realizar las actividades programadas en el cronograma.

d. Responsable

Administrador.

e. Recursos

- Humanos
- Materiales
- Económicos

f. Cronograma de actividades

PERIODOS ACTIVIDADES	Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Organizar base de clientes para enviar información y hacer seguimiento.																								
2. Definir los canales de comunicación de cada cliente (email, WhatsApp, teléfono, etc).																								
3. Reuniones formales con los clientes.																								
4. Realizar visitas Comerciales.																								

g. Presupuesto

Materiales			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Hojas Dina A4	02 Millares	S/ 10.00	S/ 20.00
Lapiceros color Azul	01 Docena	S/ 2.00	S/ 24.00
Resaltador Amarillo	01 Docena	S/ 2.50	S/ 30.00
Folder manila A4	01 Paquetes	S/ 12.00	S/ 12.00
			S/ 86.00

Honorarios			
Descripción	Meses	Sueldo	Total
Administrador	2	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00
Asistente administrativo	2	S/ 1,500.00	S/ 3,000.00
			S/ 9,000.00

- **Inversión total:** S/ 9,086.00

h. Viabilidad

La implementación de esta estrategia de comunicación efectiva con los clientes es viable, considerando que los recursos mencionados anteriormente se disponen en la empresa Ospet SAC., asimismo su ejecución permitirá afianzar la relación con los clientes, factor importante para ofrecer un servicio de calidad.

i. Mecanismos de Control

El impacto de la estrategia implementada será medido por los siguientes indicadores:

- Incremento en el número de solicitudes de órdenes de servicios.
- Nivel de satisfacción de los clientes.

Estrategia 2: DO: Repotenciar los equipos y maquinarias que se utilizan en la ejecución de los servicio de swab y pulling

a. Descripción de la estrategia

Mediante esta estrategia, se busca elevar el nivel de competitividad, repotenciando la capacidad operativa de equipos y maquinarias a través de mantenimiento cero horas (overhaul), asimismo mejorar la calidad del servicio que se ofrece, con el propósito de optimizar recursos, tiempo y mano de obra en el desarrollo de las operaciones.

Dado que la situación económica de la empresa Ospet SAC. se encuentra superando la crisis de la baja del crudo (petróleo), y recuperando sus actividades, se recomienda repotenciar sus activos fijos (equipos y maquinarias), bajo los mantenimientos de intervención overhaul (Anexo 4), el cual consiste en hacer revisiones donde los elementos o partes que están sometidos a desgaste sean sustituidos o reparados pretendiéndose garantizar la continuidad operativa de estos equipos y maquinarias para su buen funcionamiento y fiabilidad.

b. Tácticas

- Uso de desarrollo tecnológico.
- Búsqueda de las principales fuentes de pérdida de producción.

c. Programa estratégico

La estrategia se ejecutará desde el mes de agosto hasta diciembre del año 2019; la persona responsable es el gerente de operaciones de la empresa Ospet SAC., el mismo que deberá realizar las actividades programadas en el cronograma.

d. Responsable

Gerente de Operaciones.

e. Recursos

- Humanos.
- Técnicos.
- Económicos.

f. Cronograma de actividades

PERIODOS ACTIVIDADES	Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Inventariar los activos (equipos y maquinarias) a mantener.																								
2. Jerarquizar los equipos y maquinarias.																								

i. Mecanismos de Control

El impacto de la estrategia implementada será medido por los siguientes indicadores:

- Índice de disponibilidad.
- Nivel de capacidad de producción.
- Eficiencia de los equipos y maquinarias.

Estrategia 3: FA: Desarrollar programas de incentivos al personal que ejecuta los servicios.

a. Descripción de la estrategia

Esta estrategia busca motivar al personal de operaciones y administrativo, a dirigir sus esfuerzos hacia la dirección de conseguir los objetivos trazados por la empresa, aplicando el uso de incentivos económicos y no económicos.

b. Tácticas

Elaboración de un esquema de programa de incentivos.

Encuesta de incentivos a los trabajadores.

c. Programa estratégico

La estrategia se ejecutará en el mes de octubre del año 2019; la persona responsable es el jefe de Recursos Humanos de la empresa Ospet SAC., el cual deberá realizar las actividades programadas en el cronograma.

d. Responsable

Jefe de RR.HH.

e. Recursos

- Humanos
- Económicos
- Materiales

f. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES \ PERIODOS	Octubre											
	Semana 1						Semana 2					
1. Definir los objetivos del programa.	■	■										
2. Identificar las necesidades e intereses del personal.			■	■								
3. Escoger programa que cumpla con los objetivos.					■	■						
4. Ejecutar programa.							■	■	■	■	■	■

Programa de Incentivos	
Cargos	Incentivos
Gerente de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bonificación del 1% por conseguir contratos de servicios con diferentes empresas. • Programa de líneas de carreras.
Jefes de Departamentos	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de líneas de carreras. • Beneficios recreativos (viajes y descanso). • Pago del 50 % de la mensualidad a hijos de trabajadores que cursan estudios universitarios.
Personal Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de líneas de carreras. • Beneficios recreativos (viajes y descanso) • Pago del 50 % de la mensualidad a hijos de trabajadores que cursan estudios universitarios.
Operarios	<ul style="list-style-type: none"> • Bonos económicos al lograr las metas de producción. • Afiliación a una prima de seguro. • Pago del 50 % de la mensualidad a hijos de trabajadores que cursan estudios universitarios.

g. Presupuesto

Materiales			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Hojas Dina A4	01 Millares	S/ 10.00	S/ 10.00
Lapiceros color Azul	01 Docena	S/ 2.00	S/ 24.00
Resaltador Amarillo	01 Docena	S/ 2.50	S/ 30.00
Folder manila A4	02 Paquetes	S/ 12.00	S/ 24.00
			S/ 88.00

Honorarios			
Descripción	Horas	Meses	Sueldo
Jefe de RR.HH.	192 hrs	1	S/ 3,000.00
			S/ 3,000.00

- *Inversión total:* S/ 3,088.00

h. Viabilidad

La implementación de esta estrategia es viable, considerando que los recursos mencionados anteriormente se disponen en la empresa Ospet SAC., asimismo su ejecución fortalecerá las relaciones laborales entre la empresa y el personal, así como motivar a los colaboradores a alcanzar los objetivos planteados por la organización.

i. Mecanismos de Control

El impacto de la estrategia implementada será medido por los siguientes indicadores:

- Compromiso
- Productividad
- Eficiencia

Estrategia 4: DA: Desarrollar planes de Capacitación al personal administrativo y operativo para el buen desempeño de sus funciones.

a. Descripción de la estrategia

Esta estrategia busca primordialmente formar al personal de la empresa con el propósito de que adquieran conocimiento y desarrollen habilidades para la ejecución eficiente de sus funciones, permitiendo aumentar el nivel de su rendimiento, el cual incide en la calidad del servicio que se ofrece.

b. Tácticas

- Mantener un constante entrenamiento.
- Desarrollo y formación del personal.
- Mejorar el nivel de aprendizaje.

c. Programa estratégico

La estrategia se ejecutará en el mes de noviembre del año 2019; la persona responsable es el jefe de Recursos Humanos de la empresa Ospet SAC., el mismo que realizará las actividades programadas en el cronograma.

d. Responsable

Jefe de Recursos Humanos

e. Recursos

- Humanos
- Económicos
- Materiales

f. Cronograma de actividades

PERIODOS ACTIVIDADES	Noviembre																													
	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4								
1. Definir los objetivos de la capacitación	■	■	■																											
2. Elegir el contenido temático de los cursos.				■	■	■																								
3. Contar con los materiales y recursos didácticos para desarrollar la capacitación.							■	■	■																					
4. Seleccionar el capacitador										■	■																			
5. Acondicionar local.												■																		
6. Ejecutar la capacitación.													■	■	■															
7. Evaluación																												■		

g. Presupuesto

Materiales			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Hojas Dina A4	01 Millares	S/ 10.00	S/ 10.00
Lapiceros color Azul	05 Docena	S/ 2.00	S/ 120.00
Resaltador Amarillo	05 Docena	S/ 2.50	S/ 150.00
Folder manila A4	02 Paquetes	S/ 12.00	S/ 24.00
			S/ 304.00

Cofeebreak			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Frugos	23 Paquetes	S/ 7.50	S/ 172.50
Empanadas	150 unidades	S/ 2.00	S/ 300.00
			S/ 472.50

Honorarios					
Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total
Capacitador	01	2Hrs	3	S/ 1,000	S/ 6,000.00
					S/ 6,000.00

Temas de Capacitación	
Sesión 1: Calidad de Servicio	
Contenido	¿Qué es Calidad de Servicio? Procedimientos de los servicios. Estándares de Calidad
Dirigido	Personal Administrativo y Operativo
Ejecución	2 horas
Sesión 2: Seguridad y Salud Ocupacional	
Contenido	Cultura de prevención laboral Peligro, Riesgo y Accidente
Dirigido	Personal Operativo
Ejecución	2 horas
Sesión 3: Gestión Ambiental	
Contenido	¿Cómo los procesos de la empresa impactan en el medio ambiente? Mejora de procesos.
Dirigido	Personal Administrativo y Operativo
Ejecución	2 horas

- **Inversión total:** S/ 6,776.50

h. Viabilidad

La implementación de esta estrategia es viable, considerando que los recursos mencionados anteriormente se disponen en la empresa Ospet SAC., asimismo su ejecución permitirá al personal adquirir un mayor desenvolvimiento profesional, así como realizar eficientemente las actividades de mayor exigencia en la empresa, consiguiendo maximizar su productividad.

i. Mecanismos de Control

El impacto de la estrategia implementada será medido por los siguientes indicadores:

- Nivel de capacitación laboral.
- Nivel de aprendizaje.
- Nivel de competitividad.

Tabla 13. Resumen de las estrategias y costos

RESUMEN		
ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR		COSTO
Estrategia FO	- Establecer un programa de comunicación efectiva con los clientes.	S/ 9,086.00
Estrategia FA	- Desarrollar programas de incentivos al personal que ejecuta los servicios.	S/ 3,088.00
Estrategia DO	- Repotenciar los equipos y maquinarias que se utilizan en la ejecución de los servicio de swab y pulling.	S/ 179,305.00
Estrategia DA	- Desarrollar planes de Capacitación al personal en atención y en su formación para el buen desempeño de sus funciones.	S/ 6,776.50
COSTO TOTAL DE LAS ESTRATEGIAS		S/ 198,255.50

Tabla 14. Ingresos y egresos de la empresa Ospet SAC., ejercicio 2018

INGRESOS (POR VENTAS Y CUENTAS POR COBRAR)	EGRESOS (GASTOS, REMUNERACIONES, CUENTAS POR PAGAR, OBLIGACIONES FINANCIERAS Y OTROS)	TOTAL(INGRESOS – EGRESOS)
S/ 4,230,619.00	S/ 2,170,356.00	S/ 2,060,263.00

Tabla 15. Resumen de los ingresos, egresos y estrategias propuestas para la empresa Ospet SAC. respecto al ejercicio del periodo 2018 al 2020

Ingresos Totales 2018	S/ 4,230,619.00
Egresos Totales 2018	S/ 2,170,356.00
Crecimiento esperado para fines 2019	2%
Total de Inversión para propuesta	S/ 198,255.50
Egresos Totales 2018+Inversion	S/ 2,368,611.50

DESCRIPCIÓN	PERIODO 2018	PERIODO 2019	PERIODO 2020
(ING) INGRESOS	S/ 4,230,619.00	S/ 4,315,231.38	S/ 4,401,536.01
(EGR) EGRESOS	S/ 2,170,356.00	S/ 2,368,611.50	S/ 2,566,867.00
(B/N) BENEFICIO NETO	S/ 2,060,263.00	S/ 1,509,844.19	S/ 2,088,938.42

Tabla 16. Relación de beneficio - costo

Relación B/C	S/ 12,442,997.06
	S/ 6,823,251.53
TOTAL	1.82

La inversión de este proyecto es factible si el valor de la Relación Beneficio/Costo es mayor o igual a 1.0. El valor del proyecto es igual a 1.82, interpretándose que la inversión se recuperará favorablemente luego de haber sido evaluado a una tasa de crecimiento del 2%, comprobando que la implementación de estas estrategias es viable y rentable.

REFERENCIAS

- Arnoletto, E. (2007). *Administración de la producción como ventaja competitiva*. (Eumed.net, Editor) Obtenido de www.eumed.net/libros/2007b/299/
- Briceño de Gómez, M. Y. (2008). *La servucción y la Calidad en la fabricación del servicio*. Rev. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Recuperado: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545878010>
- Bustos, H. (2013). *Las estrategias de servucción y su incidencia en la fidelidad del cliente de Casa el Recreo las Gallinas de Pinllo en la ciudad de Ambato*. (Tesis para obtener el grado de Ingeniero de Empresas). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Recuperado <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6084>
- Corrales, G. y Cubas, L. (2016). *Propuesta de servucción para mejorar la atención al cliente de la empresa Industria Metálica Cerinsa E.I.R.L Chiclayo – 2016*. (Tesis para obtener el grado de Licenciado en Administración). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo. Recuperado <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4481/Corrales%20Diaz%20-%20Cubas%20Salazar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diaz, B. (2018). *Calidad de servicio que brinda el Instituto Geológico Minero y Metalúrgico de la ciudad de Trujillo - 2018*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Recuperado http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32389/diaz_cb.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Eiglier, P., y Langeard, E. (1989). *Servuccion. Service Marketing*. Madrid: Ed. MC -Graw Hill.
- Guala, M. (2014). *El sistema de servucción y la captación de clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Futuro Salcedense de la ciudad de Salcedo*. (Tesis para obtener el grado de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Recuperado <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8430>
- Guerrero, B. (2013). *Proceso de servucción en la Comercialización de Tableros de Madera en la provincia del Carchi*. (Tesis para obtener el grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador. Recuperado <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/113>
- Hermoza, L. (2015). *Estudio de la Calidad De Servicio y Nivel de Satisfacción Del Cliente De La Empresa Gechisa De Sullana 2015*. (Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración). Universidad Nacional de Piura. Recuperado

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/279/ADM-HER-MUN-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Hernández, R. y Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). México D.F. Ed. Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A.
- Hoffman, D., y Bateson, J. (2012). *Service Marketing* (4ta.ed.). Mexico: Cengage Learning.
- Lara López, J. Refugio, La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica* [en línea] 2002, (abril): [Fecha de consulta: 7 de mayo de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94401905>> ISSN 1405-5597
- Mancheno, D. (2018). *Propuesta de un Modelo de Auditoría Interna de Gestión, basado en la servucción para una mediana empresa comercial*. (Tesis para obtener el título de Magister en Auditoría Integral y Gestión de Riesgos Financieros). Universidad del Azuay, Ecuador. Recuperado <http://201.159.222.99/bitstream/datos/8375/1/14095.pdf>
- Medina, M., y Medina, E. (2011). *Calidad percibida en usuarios/as de servicios sociales comunitarios*. (Gizarte, Ed.)
- Ortiz, P. (2015). *La servucción y el mejoramiento continuo del servicio de consulta externa del Hospital IESS del Cantón Ambato*. (Tesis para obtener el grado de Magister en Gerencia de Instituciones de Salud). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Recuperado <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8954>
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio, La clave para ganar todos*. (3°. Ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Ríos, L. *Los servicios no son productos: la servucción y la importancia de su proceso en las empresas*. *Rev. Vent. Cient.* [online]. 2014, vol.4, n.8 [citado 2018-11-23], pp. 55-57. Recuperado de <http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2305-60102014000200007&lng=es&nrm=iso>. ISSN 2305-6010.
- Salazar Yépez, Wilfrido, Cabrera-Vallejo, Mario, *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador*. *Industrial Data* [en línea] 2016, 19 (Julio-Diciembre): [Fecha de consulta: 7 de mayo de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>> ISSN 1560-9146
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. (5ta. Ed.).Bogotá. Ed. Panapo.

- Sánchez, J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio en los consumidores de los restaurantes en el distrito Víctor Larco, 2017*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Recuperado http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11561/sanchez_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Utos, R. (2017). *Servucción y satisfacción del cliente en el hotel B&V en Huancayo; 2016-2017*. (Tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración, Escuela Académico Profesional de Administración). Universidad Continental, Huancayo. Recuperado <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/continental/3758>
- Vargas, M., y Aldana, L. (2014) *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas* (3ª. ed.). Bogotá: Universidad de La Sabana.
- Valls, W., Roman, V., Chica C. y Salgado G. (2017). *La Calidad del Servicio: Vía Segura para alcanzar la competitividad* (1era. ed.). Ecuador: Mar Abierto. [En línea]. Disponible en: https://issuu.com/marabierto/leam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
<p>PROCESO DE SERBUCCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C.- TALARA- 2019</p>	<p>Problema General:</p> <p>¿Cómo debe ser el proceso de servucción para promover la calidad del servicio en la empresa Ospet S.A.C.-Talara-2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019? 2. ¿Cuál es el soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019? 3. ¿Cuáles son las características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019? 4. ¿Qué características presentan los 	<p>Objetivo General:</p> <p>Establecer el proceso de servucción para promover la calidad de servicio en la empresa Ospet S.A.C.- Talara- 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los requerimientos del cliente de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019. 2. Determinar cuál es el soporte físico en el proceso de servucción de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019. 3. Describir las características del personal de contacto de la empresa Ospet S.A.C.-Talara- 2019. 4. Determinar las características de los elementos tangibles del servicio que ofrece 	<p>Diseño de Investigación:</p> <p>No experimental, transversal.</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptiva, Aplicada.</p> <p>Enfoque: Mixto.</p> <p>Población:</p> <p><u>1era. Población:</u></p> <p>1 Gerente de Operaciones y 45 trabajadores.</p> <p><u>2da Población:</u></p> <p>5 clientes corporativos (3 representantes por cada empresa haciendo un total de 15 personas).</p>

	<p>elementos tangibles del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?</p> <p>5. ¿Qué nivel de fiabilidad presenta el servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?</p> <p>6. ¿Cuál es la capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?</p> <p>7. ¿Qué nivel de seguridad brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?</p> <p>8. ¿Cuál es el nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019?</p>	<p>la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.</p> <p>5. Establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.</p> <p>6. Determinar la capacidad de respuesta del servicio brindado por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.</p> <p>7. Identificar el nivel de seguridad que brinda a los clientes el servicio ofrecido por la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.</p> <p>8. Determinar el nivel de empatía del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019.</p>	<p>Muestra: 100% población.</p> <p>Técnicas: Encuesta, Entrevista, Observación.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario, Guía de entrevista, Ficha de Observación.</p>
--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

Anexo2A. Cuestionario aplicado a trabajadores



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

Cuestionario a Trabajadores

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial y anónimo.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "PROCESO DE SERVICIO PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C.- TALARA- 2019". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación.

Muchas gracias.

Escala de medición consta:

(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO

DATOS ESPECIFICOS

VARIABLE: PROCESO DE SERVICIO		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
1	CLIENTE Los servicios programados se desarrollan en los plazos establecidos.					
2	La empresa Ospet cumple con las características del servicio solicitado.					
3	Los costos de los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC. están dentro del mercado.					
4	El servicio que brinda la empresa Ospet es rápido y eficiente.					
5	Está de acuerdo con la gestión administrativa de la empresa.					
6	SOPORTE FÍSICO La empresa Ospet cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada para sus operaciones.					
7	Los equipos cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad.					

VARIABLE: PROCESO DE SERVICCIÓN		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
8	Los equipos y maquinarias reciben el mantenimiento programado.					
9	Los trabajadores tienen las herramientas suficientes y acordes para el correcto desempeño de su trabajo.					
10	Los materiales utilizados en las operaciones son de óptima calidad.					
11	Los trabajadores hacen uso correcto de los medios de protección (EPP)					
12	La empresa provee a su personal de los EPP necesarios y suficientes para el desarrollo correcto de su trabajo.					
13	PERSONAL DE CONTACTO El personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen desempeño en su puesto de trabajo.					
14	El personal recibe constantemente capacitaciones.					
15	El contenido de las capacitaciones brindadas son las necesarias para que el trabajador desempeñe bien sus funciones.					
16	La empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente.					
17	Los trabajadores cumplen efectivamente el protocolo de atención.					
DATOS GENERALES						
1. Edad : _____ _____						
2. Sexo : _____						
3. Nivel de instrucción : _____						
4. Puesto que ocupa : _____						
5. Tiempo de trabajo : _____ en la empresa						
Fecha: _____						

Anexo2B. Cuestionario aplicado a clientes corporativos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

Cuestionario a Clientes Corporativos

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial y anónimo.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C.- TALARA- 2019". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación.

Muchas gracias.

Escala de medición consta:

(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO

DATOS ESPECIFICOS

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
1	ELEMENTOS TANGIBLES Ospet cuenta con maquinaria en estado óptimo para el desarrollo de sus operaciones.					
2	Ospet cuenta con la infraestructura adecuada para la ejecución de sus actividades.					
3	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.					
4	Ospet cuenta con la tecnología adecuada para realizar sus operaciones.					
5	FIABILIDAD Ospet cumple con las condiciones y clausulas establecidas en el contrato.					
6	Ospet respeta el costo del servicio acordado en el contrato.					
7	La empresa tiene la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y los plazos establecidos.					

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO		Totalmente de Acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
		5	4	3	2	1
8	El servicio se realiza de forma eficiente y sin errores.					
9	Los empleados están capacitados para resolver alguna circunstancia que incida en la prestación del servicio.					
10	<u>CAPACIDAD DE RESPUESTA</u> El personal tiene iniciativa para resolver una situación problemática.					
11	La empresa cumple con la entrega del servicio en el tiempo establecido.					
12	La empresa cuenta con personal con disposición para resolver los problemas del cliente de manera inmediata.					
13	El personal brinda información necesaria sobre el servicio.					
14	<u>SEGURIDAD</u> El personal cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo.					
15	Ospet reserva y mantiene la confidencialidad de la información obtenida de sus clientes.					
16	Los servicios que presta la empresa brindan confianza al cliente.					
17	<u>EMPATÍA</u> La empresa brinda atención personalizada a los clientes.					
18	El cliente identifica fácilmente a la persona encargada del servicio.					
19	El personal mantiene una comunicación continua y permanente con el cliente durante el desarrollo del proceso del servicio.					
20	Habitualmente no se presenta dificultades en la comunicación con los representantes de los clientes corporativos.					
DATOS GENERALES						
1. Empresa : _____						
2. Puesto que ocupa : _____						
Fecha: _____						

Anexo 2C: Guía de entrevista aplicada al Gerente de Operaciones de la empresa Ospet SAC.

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN	
GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE DE OPERACIONES DE LA EMPRESA OSPET SAC.	
Aplicado a : Matías Toledo Ramón Mata	Fecha: 08/05/2019
VARIABLE 1: SERVUCCIÓN	
CLIENTE	
1	¿Cuál es el mayor desafío que ha enfrentado la empresa?
<p>Ospet fue una de las primeras empresas en brindar servicios de pulling y swab en el norte (Talara), en ese entonces contaba con muchos equipos y maquinarias, así mismo con un personal bastante numeroso, pero hace cinco años se vio afectada por motivo de su economía consecuente a la baja del precio del barril de petróleo ocasionando la disminución de sus operaciones y la reducción de su personal.</p>	
2	¿Cómo es el proceso del servicio al cliente?
<p>Primero el cliente solicita una proforma indicando las características específicas del servicio requerido; luego la empresa le detalla el costo del servicio, cronograma de tiempos y el personal a cargo.</p>	
3	¿Qué estrategias adopta para abordar las quejas y reclamos de los clientes?
<p>Más que estrategias hacemos un análisis; generalmente las quejas y reclamos se dan cuando hay un retraso en el trabajo por alguna circunstancia, en la cual se realiza una evaluación objetiva de la problemática por parte del jefe de operaciones, posteriormente se le da a conocer al cliente las causas del inconveniente, y tratamos de darle solución inmediata.</p>	
4	¿Considera Usted que los servicios que ofrece satisface a sus clientes corporativos?
<p>Sí, tratamos lo posible por cumplir con lo solicitado por nuestros clientes y por entregar el servicio dentro los plazos establecidos, sumado a ello manejamos costos que están dentro del mercado.</p>	

5	¿Qué haría para superar la expectativa del cliente con respecto al servicio?
Repotenciar nuestros equipos y maquinarias para brindar una mejor calidad de nuestros servicios.	
SOPORTE FÍSICO	
6	¿En qué estado situacional se encuentran las maquinarias y equipos?
Bueno, son equipos y maquinarias bastante complejos que trabajan a alta presión y que por lo tanto tienen que cumplir con estar en condiciones óptimas y seguras.	
7	¿Con qué equipos cuenta la empresa para prestar sus servicios?
Actualmente contamos con 2 equipos de pulling, con 4 equipos de swab (3 de ellos se encuentran operativos y el otro tenemos que repotenciarlo).	
8	¿Cuentan con las herramientas necesarias para realizar sus actividades diarias?
Sí, ya que para la prestación de estos servicios se tiene que contar con las herramientas necesarias y adecuadas.	
9	¿Los materiales que usan para prestar sus servicios cumplen con los estándares de calidad?
Por supuesto que sí, la magnitud del trabajo que realizamos es bastante riesgoso por lo que se exige que los materiales utilizados para este tipo de servicios cumplan con los estándares de calidad.	
10	¿Cómo asegura que su personal trabaja haciendo el correcto uso de los medios de prevención?
Contamos con un jefe de seguridad en cargo que se encargan de que su equipo de trabajo (trabajadores) lleven correctamente sus epps antes de iniciar sus labores así mismo durante el transcurso de la faena hace dos a tres recorridos para asegurarse de que lleven sus epps. Es sumamente importante que usen sus epps primero por seguridad propia de trabajador, y segundo porque podemos recibir una visita imprevistas del QHSE de seguridad de petrolera y hacernos una inspección.	
PERSONAL DE CONTACTO	
11	¿Cree Usted que la empresa cuenta con personal con la experiencia necesaria para ser una empresa competente?
Si claro, nuestro personal es bastante calificado, siempre tratamos de contratar personal bastante calificado, que ya venga con una formación y con la experiencia requerida.	

12	¿Capacita a su personal para llevar a cabo sus tareas?
Recibe lo que es la charla de inducción a su ingreso a la empresa, pero no brindamos mucha capacitación ya que como lo he mencionado nuestro personal es gente ya entrenada y con bastante experiencia.	
13	¿Tiene la empresa una política escrita y conocida por sus colaboradores sobre: el servicio al cliente?
Política escrita no, pero si damos a conocer lo importante que es ofrecer un buen servicio al cliente.	
VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO	
ELEMENTOS TANGIBLES	
14	¿Con qué maquinarias cuenta la empresa para prestar sus servicios?
Contamos con 2 grúas, 1 tractor, 4 cisternas, 2 tráiler cama baja.	
15	¿La empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la prestación de servicios?
Sí, nuestra infraestructura cumple con las normas de seguridad y la señalización correcta en caso de riegos y peligros.	
16	¿La empresa tiene un plan y presupuesto asignado a la innovación de la tecnología?
Normalmente tercerizamos cuando requerimos de algún equipo tecnológico para nuestros servicios, pero si está dentro de nuestros planes a futuro la adquisición de equipos y maquinaria moderna.	
FIABILIDAD	
17	¿Se da el cumplimiento de los acuerdos establecidos en el contrato de servicios brindados a los clientes?
Siempre tratamos lo posible por cumplir los acuerdos establecidos sobre todo en lo que es el tiempo de entrega del servicio, ya que por diversas eventualidades puede no darse, pero afortunadamente estos casos no son muy asiduos.	
18	¿Qué planes de contingencia emplea Ospet en las operaciones de pulling y swab ante alguna eventualidad que se presente en la ejecución del servicio?
Contamos con una persona especializada o técnica para asesoramiento en cualquier eventualidad que se pueda presentar en la ejecución del servicio.	

CAPACIDAD DE RESPUESTA	
19	¿Considera Usted que cuenta con personal con iniciativa y comprometido en el trabajo?
Nuestro personal no sólo cuenta con la experiencia necesaria, sino también es gente sumamente dispuesta, decidida y con determinación a colaborar en el trabajo.	
20	¿Qué alternativas de solución aplica cuando se presentan situaciones críticas en la prestación del servicio?
Ahí en ese caso el problema se tiene que resolver a como dé lugar, así la programación para el servicio se tenga que extender a más días o horas. Cuando sucede este tipo de situaciones nosotros costeamos el tiempo de demora, así por ejemplo si un servicio de pulling al cual se determinó cuatro horas para ejecutarlo pero quizás por motivo de parada de una maquinaria, la ejecución del servicio se diera en 6 horas, nosotros asumimos las 2 horas adicionales.	
SEGURIDAD	
21	¿Cuál es el grado de confidencialidad de la información proporcionada por los clientes?
La información brindada por nuestros clientes es reservada garantizando que está sólo accesible únicamente a personal autorizado. Para nosotros es muy importante la confianza de nuestros clientes.	
22	¿Qué garantías de servicio ofrecen a sus clientes?
La garantía es de que sí o sí se tiene que entregar el servicio, así hayan contratiempos durante su ejecución.	
EMPATIA	
23	¿El personal recibe capacitación en atención personalizada al cliente?
Sí, porque nuestro personal encargado de la atención debe saber brindar la información necesaria al cliente.	
24	¿Considera Usted que los medios de comunicación que maneja la empresa son los apropiados para tener contacto con sus clientes?
La comunicación con nuestros clientes en telefónicamente y vía correo electrónico, hasta el momento no se ha tenido ningún problema, ya que siempre nos mantenemos en contacto con ellos durante el proceso de la ejecución del servicio.	

INFORME DE RESULTADO DE LA GUIA DE ENTREVISTA APLICADO AL GERENTE DE OPERACIONES DE LA EMPRESA OSPET SAC.

La entrevista realizada se aplicó al Gerente de Operaciones de la empresa Ospet SAC., con la finalidad de conocer el actual proceso de servucción y la calidad del servicio que prevalece en dicha empresa. Los resultados se presentan a continuación.

Los servicios que brinda la empresa Ospet son pulling, swab y workover dentro de la ciudad de Talara. En los últimos cuatro años Ospet al igual que la mayoría de las empresas del sector de hidrocarburos se vio afectada económicamente debido a la baja del precio del barril del petróleo ocasionando una disminución en sus operaciones. Sin embargo ha logrado superar poco a poco esta crisis externa retomando en un mínimo la perforación de pozos petroleros. Por consiguiente el entrevistado describió el proceso del servicio manifestando que primero el cliente solicita una proforma indicando las características específicas del servicio requerido; posteriormente la empresa envía respuesta detallando el costo del servicio, cronograma de tiempos y el personal a cargo.

Por otro lado, en lo que se refiere al soporte físico de la empresa, de acuerdo a la versión dada por el entrevistado mencionó que los equipos con los que cuenta son 2 de pulling, y 4 de swab (3 de ellos se encuentran operativos y el otro en mantenimiento), asimismo indicó que estos se encontraban en óptimas condiciones y cumpliendo con las inspecciones necesarias para la realización de los servicios, lo mismo sucedía con los materiales y las herramientas utilizadas durante la faena, ya que los trabajos que ejecutan son de alto riesgo.

En lo que respecta al personal, este acotó que los trabajadores cumplen con el perfil requerido, siendo un personal bastante calificado y con la experiencia y conocimiento necesario para desempeñarse en el puesto asignado, razón por la cual no reciben constantes capacitaciones, sin embargo si se cumple con brindarles la charla de inducción de ingreso dándoles a conocer sus responsabilidades y políticas de la empresa, además se realiza los 15 minutos de charlas diarias con respecto a la prevención, seguridad y las tareas a realizar.

En cuanto a su maquinaria cuenta con 2 grúas, 1 tractor, 4 cisternas, 2 tráiler cama baja las cuales se encuentran en óptimas condiciones para el transporte de material al lugar donde se va realizar los trabajos programados. De la misma manera la infraestructura cumplen con las exigencias necesarias para la ejecución de los servicios.

En lo que respecta a la tecnología, el entrevistado mencionó que a largo plazo tienen previsto adquirir nuevas máquinas ya que por el momento se terceriza algunos de éstos.

Por otro lado mencionó que las condiciones y cláusulas establecidas en el contrato se cumplen a cabalidad, creando confianza y credibilidad en la prestación del servicio. Asimismo indicó que cuando se presentaba alguna eventualidad en la ejecución del servicio provocando la extensión en la entrega del mismo ellos asumían los costos adicionales.

En cuanto a la disposición del personal para brindar el servicio es otro de los aspectos que se trató, señalando que no sólo cuentan con personal con amplia experiencia sino también con un personal que muestra disposición e iniciativa para resolver los problemas asociados al servicio.

Con relación a la seguridad el entrevistado acotó que la empresa tiene como política la confidencialidad de la información obtenida de sus clientes, garantizando su reserva, lo que conduce a que el servicio sea confiable.

Por otro lado la comunicación entre empresa y cliente es muy buena siendo esta continua y permanente durante el desarrollo del proceso del servicio, a fin de lograr un mayor acercamiento y conocer las necesidades, ofreciéndoles una atención personalizada.

Actualmente el precio del barril del petróleo no favorece al sector de hidrocarburos, perjudicando a las operadoras (dueños de lotes) y consecuentemente a las empresas prestadoras de estos servicios, quienes actualmente están reiniciando de forma mínima los trabajos, sin embargo esto no los prescinde a que ofrezcan un buen servicio. De acuerdo a la información recopilada en la guía de observación se discrepa en algunas versiones dadas en la entrevista, como en el caso del soporte físico que si bien es cierto los equipos se encuentran operativos para ejecutar el servicio, estos son antiguos según se pudo apreciar mediante la observación, lo mismo sucede con las herramientas que se utilizan para la realización del servicio están deterioradas, y los elementos complementarios como es la maquinaria es antigua y necesita mantenimiento respectivo según se pudo constatar, siendo ésta la razón por la cual hay paradas imprevistas y retrasos en el servicio.

Anexo 2D: Guía de observación aplicado en la empresa Ospet SAC.

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN			
GUÍA DE OBSERVACIÓN APLICADA A TRABAJADORES DE LA EMPRESA OSPET S.A.C.			
NOMBRE DEL OBSERVADOR: FLORES ABARCA DULANDO y ZAPATA HIDALGO KARINA			
FECHA: 19/04/2019			
VARIABLE	DIMENSION: SOPORTE FÍSICO	SI	NO
PROCESO DE SERVICION	1.- Los equipos que realizan los servicios son modernos.		X
	Equipos son antiguos, y tienen constantes intervenciones en reparación.		
	2.- Los equipos que realizan los servicios se encuentran operativos.	X	
	No cuenta con equipo de backup para cubrir alguna contingencia en caso de reparación.		
	3.- Las herramientas de trabajo se encuentran en estado de conservación.		X
	4.- Los materiales utilizados en el desarrollo del servicio están en condiciones óptimas.	X	
	5.- El personal del servicio utilizan los epp necesarios y suficientes para la prestación del servicio	X	
6.- Ospet cumple con las charlas de seguridad diaria antes de la jornada laboral.	X		
Durante la visita en el campamento se observó que estaban realizando la charla de 15 minutos en el turno 8:00 am.			

	DIMENSION: PERSONAL DE CONTACTO	
	7. -Utilizan protocolos de atención al cliente.	X
CALIDAD DE SERVICIO		
	8. El personal hace uso correcto del uniforme institucional.	X
	DIMENSION: ELEMENTOS TANGIBLES	
	10. Las maquinarias se encuentran en buen estado de conservación.	X
	Tiene maquinaria antigua que se necesita reparación completa para extender su permanencia en el tiempo.	
	11. Las instalaciones cuenta con las medidas de seguridad.	X
	12. La empresa hace uso de recursos tecnológicos con respecto a su maquinaria.	X
DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA		
13. Los trabajadores de la empresa son personas proactivas.	X	
14. El personal cuenta con las habilidades y técnicas para saber manejar los inconvenientes que se presenten durante la prestación del servicio.	X	
DIMENSION: EMPATIA		
14. El personal tiene un trato personalizado y único con el cliente.	X	
15. La empresa mantiene una buena comunicación con sus clientes.	X	

INFORME DE RESULTADO DE LA GUIA DE OBSERVACIÓN APLICADO A LA EMPRESA OSPET SAC.

La observación se aplicó a la empresa Ospet SAC., con el propósito de tener una visión objetiva sobre los elementos intervinientes en el proceso del servicio de la empresa Ospet SAC. Los resultados se presentan a continuación.

En el campamento ubicado en Coyonitas, El Alto-Talara Km.1122, donde la empresa ejecuta los servicios se pudo constatar que los equipos y las maquinarias con los que realizan las operaciones, a pesar de encontrarse en estado operativos, estos son muy antiguos evidenciándose que no hay prioridad en modernizar el elemento más importante en todo proceso servuctivo como es el soporte físico, asimismo las herramientas de trabajo no presentaban un buen estado de conservación a diferencia de los materiales que si se encontraban en condiciones óptimas para las diferentes faenas. Del mismo modo se apreció que el personal cumplía con llevar sus equipos de protección personal al momento de ejecutar sus actividades, como también durante nuestra visita en la mañana (8:00 am.) se pudo comprobar que efectivamente si se realizaba las charlas diarias de seguridad a sus trabajadores antes de iniciar sus labores. El personal tanto operativo y administrativo cumplía con el protocolo del servicio haciendo uso correcto de su respectivo uniforme institucional.

En el ingreso a las instalaciones se constató que este cumplía con las normas de seguridad respectiva como la señalización peatonal, transporte, estacionamiento de vehículos, extintores, punto de reunión, etc. Del mismo modo cuenta con oficinas, comedores, talleres y almacenes en buen estado.

En lo que respecta al personal se observó que los colaboradores están preparados para resolver los inconvenientes que se presenten durante la realización del servicio. Sin embargo hay una falta de coordinación con los clientes debido a que el personal no brinda una información objetiva.

Todo lo antes mencionado, demuestra que el actual proceso de servucción en la empresa Ospet SAC. presenta falencias en su ejecución, puesto que no cumple con las características necesarias para brindar una servicio de calidad debido a su deficiente soporte físico y a un personal carente de capacitación, siendo esta una de las razones de la desventaja que tiene frente a sus competidores.

Anexo 3: Resultados complementarios de los cuestionarios

Tabla 17. Opinión de los trabajadores por el proceso de Servucción en la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
	1. Los servicios programados se desarrollan en los plazos establecidos.	0	0,0%	8	17,8%	10	22,2%	18	40,0%	9
2. La empresa Ospet cumple con las características del servicio solicitado.	0	0,0%	0	0,0%	1	2,2%	41	91,1%	3	6,7%
3. Los costos de los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC. están dentro del mercado.	0	0,0%	0	0,0%	7	15,6%	35	77,8%	3	6,7%
4. El servicio que brinda la empresa Ospet es rápido y eficiente.	0	0,0%	0	0,0%	14	31,1%	18	40,0%	13	28,9%
5. Está de acuerdo con la gestión administrativa de la empresa.	4	8,9%	11	24,4%	26	57,8%	3	6,7%	1	2,2%
6. La empresa Ospet cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada para sus operaciones.	35	77,8%	10	22,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
7. Los equipos cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad.	6	13,3%	32	71,1%	7	15,6%	0	0,0%	0	0,0%
8. Los equipos y maquinarias reciben el mantenimiento programado.	5	11,1%	12	26,7%	3	6,7%	20	44,4%	5	11,1%
9. Los trabajadores tienen las herramientas suficientes y acordes para el correcto desempeño de su trabajo.	0	0,0%	9	20,0%	6	13,3%	27	60,0%	3	6,7%
10. Los materiales utilizados en las operaciones son de óptima calidad.	2	4,4%	17	37,8%	22	48,9%	4	8,9%	0	0,0%
11. Los trabajadores hacen uso correcto de los medios de protección (EPP)	0	0,0%	17	37,8%	2	4,4%	25	55,6%	1	2,2%
12. La empresa provee a su personal de los EPP necesarios y suficientes para el desarrollo correcto de su trabajo.	0	0,0%	0	0,0%	2	4,4%	39	86,7%	4	8,9%
13. El personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen desempeño en su puesto de trabajo.	0	0,0%	11	24,4%	3	6,7%	17	37,8%	14	31,1%
14. El personal recibe constantemente capacitaciones.	8	17,8%	29	64,4%	8	17,8%	0	0,0%	0	0,0%
15. El contenido de las capacitaciones brindadas son las necesarias para que el trabajador desempeñe bien sus funciones.	6	13,3%	20	44,4%	19	42,2%	0	0,0%	0	0,0%
16. La empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente.	0	0,0%	2	4,4%	0	0,0%	27	60,0%	16	35,6%
17. Los trabajadores cumplen efectivamente el protocolo de atención.	4	8,9%	10	22,2%	23	51,1%	8	17,8%	0	0,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

Con respecto al servicio brindado al cliente, el estudio revela que la mayoría de trabajadores, 60%, 97.8%, 84.5% y 68.9% están de alguna manera de acuerdo en que los servicios programados se desarrollan en los plazos establecidos, que la empresa cumple con las características del servicio solicitado, que los costos de los servicios que ofrece la empresa Ospet SAC. están dentro del mercado y que el servicio que brinda la empresa

Ospet es rápido y eficiente. Por el contrario, el estudio revela que sólo el 8.9% concuerda de alguna manera con la gestión administrativa de la empresa.

En cuanto al soporte físico, el estudio indica que el 55.5%, 66.7%, 57.8% y 95.6% de los trabajadores, concuerdan de alguna forma en que los equipos y maquinarias reciben el mantenimiento programado, así mismo indican que cuentan con las herramientas suficientes y acordes para el correcto desempeño de su trabajo, hacen uso correcto de los medios de protección y que la empresa provee al personal de dichos medios al personal. Por el contrario, el estudio indica que ningún trabajador concuerda en que la empresa cuenta con equipos modernos y tecnología sofisticada para sus operaciones y que éstos cumplen con la inspección requerida por las normas de seguridad, y solo el 8.9%, refiere que los materiales utilizados en las operaciones son de óptima calidad.

Con relación a las características asociadas al personal, los hallazgos señalan que el 68.9% y 95.6%, concuerdan en que el personal cuenta con la experiencia laboral que se requiere para el buen desempeño en su puesto de trabajo y que la empresa cuenta con un protocolo de atención al cliente. En cambio, no se encontró ningún trabajador que esté de acuerdo en que el personal recibe capacitaciones constantes y que éstas además tengan un contenido necesario para desempeñar bien sus funciones; en otro de los resultados, se encontró que solo el 17.8% de los trabajadores cumplen efectivamente el protocolo de atención.

Tabla 18. Opinión de los clientes por la calidad del servicio que ofrece la empresa Ospet SAC.-Talara-2019

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%	N ^a	%
1. Ospet cuenta con maquinaria en estado óptimo para el desarrollo de sus operaciones.	0	0,0%	3	20,0%	1	6,7%	8	53,3%	3	20,0%
2. Ospet cuenta con la infraestructura adecuada para la ejecución de sus actividades.	0	0,0%	5	33,3%	4	26,7%	6	40,0%	0	0,0%
3. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.	0	0,0%	4	26,7%	7	46,7%	4	26,7%	0	0,0%
4. Ospet cuenta con la tecnología adecuada para realizar sus operaciones.	0	0,0%	0	0,0%	3	20,0%	11	73,3%	1	6,7%
5. Ospet cumple con las condiciones y cláusulas establecidas en el contrato.	0	0,0%	11	73,3%	3	20,0%	1	6,7%	0	0,0%
6. Ospet respeta el costo del servicio acordado en el contrato.	1	6,7%	13	86,7%	1	6,7%	0	0,0%	0	0,0%
7. La empresa tiene la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y los plazos establecidos.	0	0,0%	11	73,3%	3	20,0%	1	6,7%	0	0,0%

8. El servicio se realiza de forma eficiente y sin errores.	0	0,0%	4	26,7%	6	40,0%	5	33,3%	0	0,0%
9. Los empleados están capacitados para resolver alguna circunstancia que incida en la prestación del servicio.	0	0,0%	10	66,7%	5	33,3%	0	0,0%	0	0,0%
10. El personal tiene iniciativa para resolver una situación problemática.	0	0,0%	8	53,3%	6	40,0%	1	6,7%	0	0,0%
11. La empresa cumple con la entrega del servicio en el tiempo establecido.	0	0,0%	10	66,7%	1	6,7%	4	26,7%	0	0,0%
12. La empresa cuenta con personal con disposición para resolver los problemas del cliente de manera inmediata.	0	0,0%	5	33,3%	5	33,3%	4	26,7%	1	6,7%
13. El personal brinda información necesaria sobre el servicio.	0	0,0%	8	53,3%	4	26,7%	3	20,0%	0	0,0%
14. El personal cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo.	1	6,7%	11	73,3%	2	13,3%	1	6,7%	0	0,0%
15. Ospet reserva y mantiene la confidencialidad de la información obtenida de sus clientes.	4	26,7%	11	73,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
16. Los servicios que presta la empresa brindan confianza al cliente	1	6,7%	8	53,3%	5	33,3%	1	6,7%	0	0,0%
17. La empresa brinda atención personalizada a los clientes.	0	0,0%	10	66,7%	4	26,7%	1	6,7%	0	0,0%
18. El cliente identifica fácilmente a la persona encargada del servicio.	2	13,3%	9	60,0%	2	13,3%	2	13,3%	0	0,0%
19. El personal mantiene una comunicación continua y permanente con el cliente durante el desarrollo del proceso del servicio.	1	6,7%	12	80,0%	0	0,0%	2	13,3%	0	0,0%
20. Habitualmente no se presenta dificultades en la comunicación con los representantes de los clientes corporativos.	0	0,0%	6	40,0%	5	33,3%	4	26,7%	0	0,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Con relación a los elementos tangibles del servicio, la mayoría de clientes, 73.3% y 80%, concuerdan en que la Ospet cuenta con maquinaria en estado óptimo y tecnología adecuadas para el desarrollo de sus operaciones, mientras que sólo el 40% y 26.7%, están de acuerdo en que dicha empresa cuenta con la infraestructura adecuada para la ejecución de sus actividades y sus instalaciones cumplen con las normas de seguridad respectivamente.

Con respecto a la fiabilidad del servicio, las evidencias muestran que muy pocos o ningún cliente está de acuerdo en que la empresa cumple con las condiciones y cláusulas establecidas en el contrato, que respeta el costo del servicio acordado en el contrato y que tiene la capacidad para realizar el servicio acordado en la forma y los plazos establecidos. También se encontró que sólo el 33.3% considera que el servicio de OSPET se realiza de forma eficiente y sin errores, mientras que ningún cliente considera que los empleados están capacitados para resolver alguna circunstancia que incida en la prestación del servicio.

La capacidad de respuesta del servicio es muy limitada; sólo un cliente indica que el personal de la empresa Ospet, tiene iniciativa propia para resolver una situación problemática, mientras que el 26.7%, están de acuerdo en que la empresa cumple con la entrega del servicio en el tiempo establecido y que cuenta con personal con disposición para resolver los problemas de manera inmediata; otro 20%, refiere que el personal brinda información necesaria sobre el servicio.

La seguridad del servicio tampoco recibe una opinión favorable; prácticamente ningún cliente concuerda en que el personal cumple con el perfil requerido para desempeñarse eficientemente en su trabajo, asimismo que la empresa mantiene la reserva y la confidencialidad de la información y brinda un servicio confiable.

Con respecto a la empatía la opinión sigue la misma tendencia, es decir, no es favorable; muy pocos clientes, 6.7% y 13.3%, están de acuerdo en que la empresa brinda atención personalizada a los clientes y éstos identifican fácilmente a la persona encargada del servicio; también se encontró que sólo el 13.3% y 26.7% consideran que el personal mantiene una comunicación continua y permanente con el cliente durante el desarrollo del proceso del servicio, y que la empresa habitualmente no presenta dificultades en la comunicación con los representantes de los clientes corporativos respectivamente.

Anexo 4: Programa de mantenimiento de una maquinaria (Overhaul)

PROGRAMA DE MANTENIMIENTO

CARGADOR FRONTAL 12-227

UNIDAD	INTERVENCION DE 250 Horas	INTERVENCION DE 500 Horas	INTERVENCION DE 1000 Horas	INTERVENCION DE 3000 Horas	INTERVENCION DE 6000
MOTOR:	1.-Cambiar aceite del carter, examinar la posible presencia de limaya. 2.-Cambiar filtro de aceite, desechar el anterior para evitar su nuevo uso 3.- Limpiar exteriormente, eliminar todas las acumulaciones de suciedad. 4.- Limpiar filtro de aire 5.- Revisar las mangueras de agua, y el estado del radiador.	1.-Destapar el carter, para verificar el estado de los metales 2.-Verificar el ajuste de las valvulas 3.-Cambiar aceite hidráulico y su filtro 4.- Verificar la presión de aceite 5.- Revisar la bomba de inyección 6.- Revisar el torque de los pernos de ajuste del Monoblock.	1.- Sacar la culata y examinar el estado de las camisas. 2.- Cambiar anillos 3.- Retirar las valvulas y limpiarlas 4.- Destapar la tapa delantera, y verificar el estado de los piñones. 5.- Cambiar fajas	1.- Cambiar los metales de biela y bancada 2.- Retirar y limpiar bomba de agua 3.- Retirar y limpiar la bomba de aceite 4.- Cambiar las camisas 5.- Calibrar los inyectores 6.- Cambiar valvulas con sus guías.	OVERHAULD
TRANSMISION	1.-Medir la presión del aceite de transmisión 2.- Revisar el estado de las tuberías de aceite	1.-Cambiar el aceite y el filtro de la transmisión 2.- Revisar ajuste de pernos de fijación al motor	1.- Retirar crucetas y verificar su estado 2.-Retirar tuberías del enfriador del convertidor y cambiar sellos.	1.- Cambiar crucetas 2.-Retirar el manifold, limpiarlo y cambiarle sellos	OVERHAULD

	3.- Revisar la fijación de la transmisión al chasis	3.- Revisar el torque en el convertidor	3.-Revisar el torque en los cubos	3.- Retirar tapas, verificar ajuste de pernos y espárragos, cambiar sellos y empaques	
SISTEMA HIDRAULICO	1.- Medir la presión del aceite hidráulico 2.- Revisar el estado de los retenes de los cilindros de elevación. 3.- Engrasar bocinas de los pines de los cilindros de elevación.	1.- Cambiar el filtro hidráulico 2.- Limpiar el tanque y la válvula hidráulica 3.- Verificar el estado de la tubería del enfriador del aceite hidráulico.	1.- Cambiar el aceite hidráulico 2.-Cambiar la válvula hidráulica 3.- Retirar la bomba hidráulica y verificar el ajuste de sus pernos.	1.- Retirar tuberías del tanque hidráulico, realizar su limpieza y cambiar empaques. 2.- Ajustar mangueras de los cilindros de elevación.	1.-Retirar mangueras limpiar internamente y cambiar boquillas si es necesario. 2.- Retirar la bomba hidráulica, desarmar y cambiar elementos.
SISTEMA ELECTRICO	1.- Medir la carga de la batería. 2.-Ajustar cables eléctricos.	1.- Sacar el arrancador y verificar el estado de los carbones y limpiarlos. 2.-Verificar la tensión de la faja del alternador	1.- Cambiar bornes de la batería 2.- Retirar el alternador y engrasar sus rodajes.	1.- Cambiar bocinas del arrancador	

Anexo 5: Validaciones y Confiabilidad



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Francisco A. Ramos Flores con DNI N° 32982571 Magister
 en MBA Administración y Negocios N° ANR: 4735, de
 profesión Lic. Administración desempeñándome como Osteoductivo
 en Muevedor César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- **Cuestionario aplicado a Trabajadores**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 25 días del mes de Sept del
 Dos mil 2019.....

La firma va al costado de Mgtr

Mgtr. : Francisco A. Ramos Flores
 DNI : 32982571
 Especialidad : Lic. Administración
 E-mail : abraham.ramos.flores@ucv.edu.pe



**“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA- 2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A TRABAJADORES

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																X					
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																				X	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																				X	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Franco A. Ramos Flores con DNI N° 32982571 Magister
en MBA. Administración y Negocios N° ANR: 4735, de
profesión Lic. Administración desempeñándome como Catedrático
en Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

• **Cuestionario aplicado a Clientes Corporativos**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia					X
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 25 días del mes de septiembre del
Dos mil 2019.

La firma va al costado de Mgtr

Mgtr. : Franco A. Ramos Flores
DNI : 32982571
Especialidad : Lic. Administración
E-mail : alexander.ramos.flores@ucv.edu.pe



**“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA-2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES CORPORATIVOS

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	18	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																					X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																					X
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																					X
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					X

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctora
 en CIENCIAS AD. N° ANR:, de
 profesión LIC. EN AD. desempeñándome como DOCENTE
 en UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- **Cuestionario aplicado a Trabajadores**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de ABRIL del
 Dos mil 19..... *M. R. Palacios*

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
 DNI : 02845588
 Especialidad : LIC. EN AD.
 E-mail : mechedeb@yahoo.es

**“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA- 2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A TRABAJADORES

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																				96	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																				96	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																				96	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																				96	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				96	



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctora
en CIENCIAS AD N° ANR: _____, de
profesión LIC. EN AD desempeñándome como DOCENTE
en UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- **Cuestionario aplicado a Clientes Corporativos**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de ABRIL del
Dos mil 19 MP de Briceño

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
DNI : 02845588
Especialidad : LIC. EN AD.
E-mail : mechedeb@ucv.edu.pe

**“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA- 2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES CORPORATIVOS

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																					96
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																					96
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																					96
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																					96
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					91



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Catillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
 en Ciencias Administrativas N° ANR: A202528, de Magister
 profesión Administrador desempeñándome como Docente a T.P.
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- **Cuestionario aplicado a Trabajadores**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 23 días del mes de Abril del
 Dos mil 19.

La firma va al costado de Dr.

Dr. : Freddy William Catillo Palacios
 DNI : 02842237
 Especialidad : Administración / Investigación
 E-mail : fcatillo30@hotmail.com

**“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA- 2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A TRABAJADORES

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																				92	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																				92	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																				92	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																				92	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				92	





CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Cailla Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
 en Ciencias Administrativas Magister
 profesión Administrador desempeñándome como Docente a T.P.
 en U. C. V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

- **Cuestionario aplicado a Clientes Corporativos**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

CUESTIONARIO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de Abril del
 Dos mil 19.....

La firma va al costado de Dr.

Dr. Freddy Cailla Palacios
 DNI 02842237
 Especialidad Administración / Investigación
 E-mail fcailla30@hotmail.com

**“PROCESO DE SERVICCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET
S.A.C.- TALARA- 2019”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES CORPORATIVOS

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.																				92	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.																				92	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																				92	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.																				92	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				92	



I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Karina Elizabeth Zapata Hidalgo Dulando Flores Abarca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Proceso de SERVUCIÓN para promover la calidad del servicio en la empresa OSPET S.A.C. -Talara-2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre proceso de SERVUCIÓN
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ()
	:	<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	29-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	10

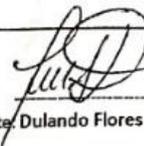
II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.845
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Numero de ítems iniciales: 18 Numero de ítems iniciales: 18 El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento
--


 Estudiante: Karina E. Zapata Hidalgo
 DNI: 43842196


 Estudiante: Dulando Flores Abarca
 DNI: 03506825

Docente

 LEMIN ABANTO CEBALGA
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 COESPE 508

I. DATOS INFORMATIVOS

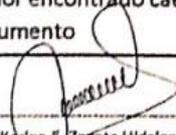
1.1. ESTUDIANTES	:	Karina Elizabeth Zapata Hidalgo Dulando Flores Abarca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Proceso de SERVUCCIÓN para promover la calidad del servicio en la empresa OSPET S.A.C. -Talara-2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre calidad del servicio
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ()
	:	<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	29-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	10

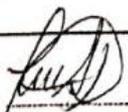
II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.825
---	--------------

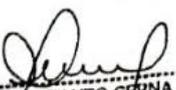
III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Numero de ítems iniciales: 20
 Numero de ítems iniciales: 20
 El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento


 Estudiante: Karina E. Zapata Hidalgo
 DNI: 43842196


 Estudiante: Dulando Flores Abarca
 DNI: 03506825

Docente


 LEMIN ABANTO CERNA
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 COESPE 506

Anexo 6: Evidencias



Entrevista al Ing. Matías Toledo Ramón Mata: Gerente de Operaciones de la empresa Ospet SAC.



Visita al Campamento Coyonitas El Alto (Lugar donde se ejecutan las actividades de swab y pulling de la empresa Ospet SAC.)

Anexo 7: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

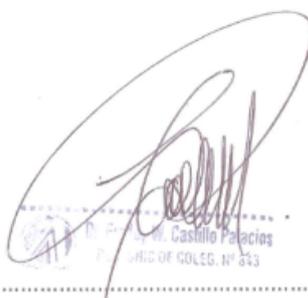
Yo Freddy William Castillo Palacios docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada:

“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C. – TALARA - 2019”

De los estudiantes **Flores Abarca Dulando y Zapata Hidalgo Karina Elizabeth** constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura 14 de enero del 2020



Dr. Freddy William Castillo Palacios
DNI: 02842237

Anexo 8: Pantallazo del software del turnitin

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following information:

- UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
- FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**
- ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**
- "Proceso de Servicio para promover la Calidad del Servicio en la empresa Ospet S.A.C. - Talara- 2019"**
- W. Castillo Palacios** (Author Name)
- ESCUOLA DE ADMINISTRACION UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO PIURA** (Institutional Stamp)
- TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: Licenciado En Administración**
- AUTORES:**
 - Bt. Flores Albarca Dulanda (ORCID: 0000-0003-3155-1465)
 - Bt. Zayata Hidalgo Karina Elizabeth (ORCID: 0000-0002-3920-4029)

The right sidebar shows the **Resumen de coincidencias** (Summary of Similarities) with a total of **22%**. The list of matches includes:

Match ID	Source	Similarity %
1	Entregado a Universidad	12%
2	reportorio ucv ead pe	2%
3	reportorio ucv ead pe	1%
4	docuapen	<1%
5	tesis com	<1%
6	Entregado a EP AGS S.	<1%
7	Entregado a Universidad	<1%

At the bottom of the interface, it shows "Página 1 de 38" and "Número de palabras: 16199". The system tray at the bottom right indicates the time is 22:27 on 14/01/2020.

Anexo 9: Formulario de Autorización para la publicación electrónica de la Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"**

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DE LAS TESIS**

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:
FLORES ABARCA DULANDO / ZAPATA HIDALGO KARINA ELIZABETH
D.N.I. : 03506825 / 43842196
Domicilio : Calle 2 – 17 Talara Alta
Teléfono : Móvil 986353038 / 920089578
E-mail : dulandoflores@hotmail.com / karineli_hidalgo@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciado en Administración



Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
FLORES ABARCA DULANDO / ZAPATA HIDALGO KARINA ELIZABETH

Título de la tesis:
"PROCESO DE SERVICCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
EMPRESA OSPET S.A.C. – TALARA - 2019"

Año de publicación : 2020

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN
ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma:

Firma:

Fecha: 17/01/2020

Anexo 10: Autorización de la Versión Final de la Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

FLORES ABARCA DULANDO – ZAPATA HIDALGO KARINA ELIZABETH

INFORME TÍTULADO:

“PROCESO DE SERVUCIÓN PARA PROMOVER LA CALIDAD DEL
SERVICIO EN LA EMPRESA OSPET S.A.C. – TALARA - 2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 21/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Nelida Rodríguez de Peña
Dra. NELIDA RODRÍGUEZ DE PEÑA
Directora de la Escuela de Administración

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN