



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**Facultad de Ciencias Empresariales**

**Escuela Académico Profesional de Administración**

**“EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE CON RESPECTO A LA ATENCIÓN BRINDADA EN  
TELEFÓNICA SERVICIOS COMERCIALES - TARAPOTO 2011”**

Tesis que presenta el Bachiller:

**CARLOS ENRIQUE CEVALLOS TUESTA**

Para optar el Título Profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**ASESORES: Lic. Adm. KARLA MARTELL ALFARO**

**M. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO**

**TARAPOTO – PERÚ**

**2011**

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
BIBLIOTECA	
CODIGO:	0001
	ADM
	T1/E1
N° DE LIBRO:	
FECHA:	27-10-2011

## DEDICATORIA

### **A mis padres:**

Que gracias a sus consejos y palabras de aliento me ayudaron a cumplir mis objetivos como persona y estudiante, y por brindarme los recursos necesarios para el logro de mi carrera profesional.

## PRESENTACIÓN

El reto de brindar el servicio público de telecomunicaciones, en una ciudad donde la base de clientes cuenta con escasos Recursos Económicos, ha llevado a plantear un modelo de gestión innovador, la creación de productos; la adaptación de equipos, modelos tarifarios y políticas comerciales, entre otras prácticas. Ello ha permitido un punto muy importante que rescatar, como por ejemplo, **el Cliente**, que es la base fundamental para cualquier empresa que busca día a día **captarlos y retenerlos**.

Es por ello que el presente trabajo de investigación trata sobre la **evaluación de la percepción de Satisfacción del Cliente con respecto a la atención brindada**. Donde observaremos la situación actual del tipo de servicio que se brinda en el Área Comercial de la Telefónica del Perú que está a cargo de **Telefónica Servicios Comerciales S.A.C.** que es una empresa perteneciente al mismo grupo Telefónica, encargada de comercializar los productos y servicios de ésta empresa.

La investigación de la **“Evaluación de la Percepción de Satisfacción del Cliente con respecto a la Atención brindada en Telefónica Servicios Comerciales - Tarapoto 2011”**, tiene como objetivo determinar de qué manera los clientes perciben la atención que se les brinda en el Área Comercial de Telefónica filial Tarapoto.

## AGRADECIMIENTO

Expreso un cordial agradecimiento a la Universidad César Vallejo por haberme permitido aprender temas relacionados a la carrera de Administración y que en la actualidad en mi vida laboral estoy siendo partícipe de las enseñanzas brindadas durante el periodo de estudios.

Y finalmente agradezco de manera muy especial a la empresa Telefónica Servicios Comerciales S.A.C., por brindarme la oportunidad de pertenecer a ese gran equipo de trabajadores y por facilitarme todo el apoyo y las herramientas necesarias por la cual me permitió poder realizar el desarrollo de Tesis.

## ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	ii
Presentación	iii
Agradecimiento	iv
Índice	v
Declaración Jurada de Autenticidad	vii
Resumen	viii
Abstract	x
Introducción	xi
Capítulo I: Marco Metodológico	13
1.1. El Problema	13
1.1.1. Selección del Problema	13
1.1.2. Antecedentes del Problema	14
1.1.3. Formulación del Problema	16
1.1.4. Justificación	16
1.1.5. Limitaciones	18
1.2. Objetivos	18
✓ General	18
✓ Específicos	18
1.3. Hipótesis	19
1.4. Variables – Indicadores	19
1.5. Diseño de La Ejecución	21

	Pág.
1.5.1. Tipo de Diseño	21
1.5.2. Población – Muestra	22
1.5.3. Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes	23
Capítulo II: Marco Referencial Científico	24
Capítulo III: Descripción de Resultados	45
Capítulo IV: Contrastación de Hipótesis	72
Capítulo V: Discusión de Resultados	74
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	77
Capítulo VII: Bibliografía y Anexos	81

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Por el presente documento yo, CARLOS CEVALLOS TUESTA, con número de DNI. 44733543, quien presenta la Tesis denominada “EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON RESPECTO A LA ATENCIÓN BRINDADA EN TELEFÓNICA SERVICIOS COMERCIALES - TARAPOTO 2011”, declaro que el presente trabajo de investigación ha sido elaborado íntegramente por mi persona y que en él no existe plagio de naturaleza alguna, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante la institución educativa.

Igualmente dejo expresa constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo.

Setiembre, 2011.

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters, positioned above a horizontal line.

Carlos Enrique Cevallos Tuesta

## RESUMEN

La Satisfacción al Cliente en nuestros días juega un papel muy importante en el desarrollo de las empresas como Telefónica del Perú, pues de acuerdo a como un cliente percibe el tipo de atención, se podrá determinar cuan satisfecho pueda estar. A lo largo de la presente investigación se abarcaron cinco dimensiones, con las cuales evaluamos el nivel de satisfacción que percibieron los clientes.

En cuando hablamos de los elementos tangibles, se pudo observar que los clientes presentaron una satisfacción baja, esto es debido a que los equipos con los que cuenta no son precisamente modernos, además de que las instalaciones son poco acogedoras y que la publicidad visual no es atractiva.

La fiabilidad que mostraron los usuarios del centro de Servicios Comerciales también presenta una baja satisfacción, debido a que los servicios no se prestan en el tiempo prometido, percibiendo poco interés en la solución de los problemas por parte de Telefónica.

Cuando hablamos de capacidad de respuesta, la cual engloba la comunicación de la conclusión del servicio, la prestación del mismo de manera rápida, la disponibilidad de ayudar, atender y responder las inquietudes de los clientes; se puede observar que el nivel de satisfacción es bajo.

En lo referente a la seguridad, se puede observar que se presenta un nivel de satisfacción bajo, el cual se da por la falta de confianza que le transmiten los trabajadores.

Cuando hablamos de empatía, en telefónica servicios comerciales se puede observar que el nivel de satisfacción es medio, esto es debido a que existe una buena atención individualizada, los horarios de atención son convenientes para los clientes.

## ABSTRACT

Customer Satisfaction today plays an important role in the development of companies such as Telephonic of Peru, since according to how a customer perceives the type of care, we can determine how satisfied may be. Throughout this investigation comprised five dimensions, which assessed the level of satisfaction perceived by customers. Throughout this investigation covered five dimensions, with which we evaluate the level of satisfaction that saw customers.

When we speak of tangible elements, observed that customers had a low satisfaction, this is due to the teams that are not exactly modern, that facilities are little friendly and visual advertising isn't appealing.

Reliability showed users of the commercial service center also feature a low satisfaction, because services are not provided at the time promised, receiving little interest in single solution of the problems by telephone.

When we talk about capacity of response, which includes the communication of the completion of the service, the provision of rapid, availability help, meet and answer the concerns of the clients; You can see that the level of satisfaction is low.

In terms of security, you can see that it presents a level of satisfaction bass, which is given by the lack of confidence which he transmitted the workers. When we talk about empathy, phone commercial services you can see the satisfaction level is medium, this is because there is a good individual attention, the hours of operation are convenient for customers.