



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la
división de pesca de una empresa de servicios de ensayos,
inspección y certificación, Callao 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Silva Guevara, Mónica Iliana

ASESOR:

Mg. Guerrero, Hans Mejía

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2018

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 14 de 16
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña **SILVA GUEVARA MONICA ILIANA** cuyo título es: **NIVELES DE CALIDAD DEL SERVICIO EN EL ÁREA DE CERTIFICACIONES DE LA DIVISIÓN DE PESCA DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE ENSAYOS, INSPECCIÓN Y CERTIFICACIÓN, CALLAO 2018**. Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **16/ Dieciséis**.

Callao, 21 de diciembre del 2018



PRESIDENTE

Dr. Díaz Malinari Javier Fernando



SECRETARIO

Mg. Castillo Canales Braulio Antonio



VOCAL

Mg. Mejía Guerrero Hans

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

Dedico este esfuerzo a mi motor y motivo,
mi pequeño hijo Valentino por ser mi
fuente de inspiración día a día.

Agradecimiento

A mi asesor de tesis, Mg. Hans Mejía
guerrero por su paciencia y apoyo
brindado en el desarrollo de este estudio.
A mi Madre por su apoyo incondicional y
confianza

Declaración de Autenticidad

Yo, Mónica Iliana Silva Guevara, identificada con el DNI N° 44647897, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración, con la tesis titulada:

“Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) Se ha formulado respetando las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. En conclusión, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener un grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, ninguno ha sido falseado, ni duplicados, tampoco copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes de la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo

Los Olivos, diciembre de 2018

Mónica Iliana Silva Guevara

DNI N° 44647897

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Ante ustedes, alcanzo la tesis denominada “Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018”, que se planteó con la finalidad de determinar los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018. Se realiza esta presentación para cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Esta investigación corresponde al tipo básico, con diseño no experimental, de nivel descriptivo simple y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 129 clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018. Se aplicó 1 cuestionario con aplicación de Escala de Likert.

Se espera que la presente investigación alcance a cubrir las expectativas para la aprobación y posterior sustentación de ella.

El Autor

ÍNDICE

Página del Jurado.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Presentación	vi
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción.....	13
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.2.1. Antecedentes Internacionales	15
1.2.2. Antecedentes Nacionales.....	17
1.3. Teorías relacionadas.....	18
1.3.1. Variable: Calidad de servicio	18
1.4. Formulación del problema	28
1.4.1. Problema general	28
1.4.2. Problemas específicos	28
1.5. Justificación del estudio.....	29
1.6. Objetivos	29
1.6.1. Objetivo General.....	29
1.6.2. Objetivos específicos.....	29
II. Marco metodológico	31
2.1 Diseño de investigación.....	32
2.2. Variables, operacionalización.....	32
2.3. Población, muestra.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.5 Instrumentos de recolección de datos:	36
2.6 Confiabilidad y Validez	36
2.7. Métodos de análisis de datos	37

	viii
2.8. Aspectos éticos	38
III. Resultados	39
3.1. Análisis descriptivo	40
3.2. Estadísticos Descriptivos	42
IV. Discusión	55
V. Conclusiones.....	60
VI. Recomendaciones	62
VII. Referencias.....	64
VIII. Anexos	69
Anexo 1: Matriz de consistencia	70
Anexo 2: <i>Matriz de datos</i>	73
Anexo 3: Cuestionario Sobre Calidad En El Servicio	77
Anexo 4: Formatos de validación	79
Anexo 5: Validación de tesis (turnitin)	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLA

Tabla 1	Operacionalización de variable Calidad de Servicio	33
Tabla 2	Distribución de la población del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios, inspección y certificación	34
Tabla 3	Distribución de la muestra del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios, inspección y certificación	35
Tabla 4	Instrumento: Cuestionario para determinar la calidad del servicio	36
Tabla 5	Tabla Confiabilidad – Alfa de Cronbach.....	37
Tabla 6	Validación del instrumento: Calidad del Servicio	37
Tabla 7	Tabla informativa de las variables intervinientes	40
Tabla 8	Niveles de calidad del servicio	42
Tabla 9	Calidad del servicio por variables intervinientes	43
Tabla 10	Niveles de calidad del servicio – dimensión Bienes Tangibles	49
Tabla 11	Niveles de calidad del servicio – dimensión fiabilidad	50
Tabla 12	Niveles de calidad del servicio – dimensión capacidad de respuesta	51
Tabla 13	Niveles de calidad del servicio – dimensión seguridad	52
Tabla 14	Niveles de calidad del servicio – dimensión empatía	53
Tabla 15	Niveles de la calidad del servicios y sus dimensiones.....	54

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Niveles de calidad de servicio.....	42
Figura 2 Niveles de calidad de servicio – dimensión Elementos tangibles	49
Figura 3 . Niveles de calidad del servicio – dimensión fiabilidad.....	50
Figura 4 . Niveles de calidad del servicio – dimensión capacidad de respuesta.....	51
Figura 5 . Niveles de calidad del servicio – dimensión seguridad	52
Figura 6 Niveles de calidad del servicio – dimensión empatía	53

Resumen

La investigación denominada “Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018”. Fue planteada con el objetivo de determinar los niveles de percepción de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación

Esta investigación corresponde al tipo básico, con diseño no experimental, de nivel descriptivo simple y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 129 clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación. Se aplicó un cuestionario de calidad del servicio en Escala Likert, sus resultados se detallan en gráficas y textualmente

Los resultados demuestran que los niveles de percepción de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación son: excelente (14.7%), bueno (43.4%), regular (27.9%) y malo (14%).

Palabras clave: calidad del servicio.

Abstract

The investigation called "Levels of quality of the service in the area of certifications of the fishing division of a company of services of tests, inspection and certification, callao 2018". It was set up with the objective of determining the levels of perception of the quality of the service in the clients of the area of certifications of the fishing division of a company of services of tests, inspection and certification

This investigation corresponds to the basic type, with non-experimental design, simple descriptive and cross-sectional level. The sample consisted of 129 clients from the certification area of the fishing division of a testing, inspection and certification services company. A questionnaire of quality of service was applied in Likert Scale, its results are detailed in graphs and textually

The results show that the levels of perception of the quality of the service in the clients of the area of certifications of the fishing division of a company of services of tests, inspection and certification are: excellent (14.7%), good (14.7%), regular (27.9%) and bad (14%).

Keywords: quality of service.

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

Parte de la problemática que interesa a la ciencia de la Administración es la de otorgar servicios de calidad a los clientes para que ellos perciban una correcta apreciación que el servicio o producto está orientado no solo en beneficio de la empresa sino en beneficio del cliente. En ese sentido, para la evaluación del control de la calidad se utilizan estrategias que permitan la identificación de los inconvenientes que suceden a lo largo del proceso de producción o atención para que puedan ser superados. Ante eso, el diseño de instrumentos para la recolección de la opinión de los clientes se convierte en una tarea fundamental pues se proporciona datos a las distintas áreas de una organización empresarial para que puedan identificar dónde están los aciertos o errores.

Esta empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación es una de las instituciones pioneras y líder que han realizado pruebas de inspección para certificaciones de calidad (TIC). Esta empresa fue creada en 1828 y trabaja en diversos países alrededor del mundo. En la actualidad cuenta con sesenta acreditaciones para la inspección de la calidad y verificar que las empresas locales cumplan con ellas.

En efecto, diversas instituciones y empresas a nivel nacional acuden a esta organización empresarial para que puedan recibir servicios de auditoría y certificación. Para lograr aquello, se analizan estándares de salubridad y seguridad en el consumo de los productos, en la protección del medio ambiente y en la responsabilidad para la salud de la comunidad que tiene estrechas relaciones con las empresas a servir. Es por ello que se esta organización empresarial realiza capacitaciones a diversas empresas sobre normatividad nacional e internacional de calidad, seguridad y compromiso social.

No obstante, a pesar de ser una empresa encargada de la certificación de calidad en su servicio, también posee problemas dentro de su organización respecto a la atención de los clientes puesto que existe una tendencia de diversos

clientes de no sentirse satisfechos con los servicios de esta organización empresarial, destacando sus quejas en aspectos tales como la atención brindada o el tiempo de espera en el proceso de los trámites.

En ese sentido, esta investigación se ha propuesto a realizar el análisis de la manera en que se viene realizando la atención al cliente en el área de certificaciones de esta organización empresarial. Cabe resaltar que en los últimos meses se ha observado una serie de molestias y descontento en el área de certificaciones por parte de los clientes.

En efecto, existe una evidencia contundente de una inadecuada gestión administrativa realizada dentro de esta organización empresarial, lo cual repercute en una disminución de la calidad del servicio en toda la organización respecto a la atención al público. Es por ello que esta investigación se propone a analizar las causas o motivos del origen de estas quejas para la elaboración de soluciones mediante estrategias de mejora de la calidad del servicio.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Avila y Torres (2016), con la investigación llamada “Análisis de la calidad en el servicio de las Pymes Restauranteras en Chalco, estado de México”, tesis para la obtención del título de licenciatura en Contaduría por la Universidad Autónoma del Estado de México. La investigación tuvo como objetivo medir la calidad del servicio en 7 Pymes ligadas al rubro de los restaurantes para buscar la mejora de sus sistemas de calidad en el servicio en un contexto económico y mundial donde los clientes se vuelven más exigentes. Esta investigación concluye que factores como la respuesta, confiabilidad, tangibilidad, empatía y seguridad integran la calidad del servicio siempre y cuando se posea con el conocimiento pertinente y se realicen combinaciones buenas. En ese sentido, el estudio realizado a los siete restaurantes muestra que las instalaciones son inadecuadas gracias a las

encuestas realizadas por los clientes. Además, la clientela muestra que se debe hacer cambios tanto en el mobiliario como en los utensilios o en la renovación de los menús.

Truong (2016), realizó la investigación titulada “Improving logistics service quality in freight-forwarding in Ho Chi Minh City, Vietnam” para optar al título de Business Administration en Helsinki Metropolia University of Applied Sciences en Finlandia. Esta investigación apunta a la investigación de la calidad del servicio en el desarrollo de la logística de un país en vías de desarrollo como es el caso de Vietnam. En ese sentido, esta investigación utiliza el modelo Servqual para la aplicación en el rubro de la logística de mercancías mediante las cinco dimensiones de este modelo. El aporte de esta tesis en la introducción de conceptos fundamentales ligados a las actividades logísticas en relación con la calidad del servicio. El resultado de esta investigación arrojó que el sistema logístico posee debilidades debidas a factores como la seguridad y confianza.

Qadeer (2013), realizó la tesis de investigación llamada “Service Quality and Customer Satisfaction. A case study in Banking Sector”, para optar al título de Master of Business Administration in Business Management en University of Gavle en Suecia. Esta investigación apunta al análisis del impacto de la calidad del servicio en los clientes en un contexto de globalización donde las exigencias de los clientes son cada vez mayores. Esta tesis es tipo cualitativa pues busca un análisis de estudio en base a entrevistas de manera cualitativa para construir y analizar conceptos y conclusiones. Esta tesis concluyó que la calidad del servicio afecta de manera positiva en los clientes de diferentes maneras y en base a distintas relaciones. Se tomó en cuenta que la planificación y el monitoreo en los negocios bancarios juegan papeles decisivos en la elevación de la calidad del servicio en el sistema bancario.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Acosta, Astudillo y otros (2018), presentaron la tesis titulada “Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana”, tesis para la obtención del grado de magíster en Dirección de Marketing en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta investigación utilizó el modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en el transporte público moderno en Lima Metropolitana. Por tanto, esta tesis tiene un gran impacto para los negocios a nivel metropolitano por la evaluación e implementación de estrategias en el rubro del transporte público moderno en beneficio de los usuarios. Esta investigación concluyó que existe un gran impacto de todas las dimensiones del modelo Servqual en la calidad del servicio en el transporte público moderno en la ciudad de Lima. Son las dimensiones de Fiabilidad y Empatía. Además, concluyó que el transporte urbano moderno de la ciudad de Lima presenta altos niveles de deficiencia debido a que los usuarios encontraron grandes expectativas, sin embargo, la percepción de los resultados no fue la esperada. En ese sentido, la Línea 1 del Metro de Lima presentó mejores niveles de calidad del servicio en comparación con el sistema BRT del metropolitano.

Alarcón, Arbulú y otros (2018), presentaron la tesis “Calidad en el Servicio en las oficinas de la Región Lima del Banco BBVA Continental para el Público Millennial”, tesis para optar el grado de magíster en la dirección de marketing otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta investigación tuvo como objetivo principal el análisis de la calidad de los servicios de la institución bancaria BBVA Continental en Lima para el público millennial. Esta investigación se basa en el modelo Servqual para la medición de la calidad en el servicio, contando con 22 preguntas. Para esta investigación se realizaron 451 encuestas en 100 oficinas de esta institución. Las conclusiones arrojaron que sí existen impactos significativos del método Servqual y sus dimensiones sobre la calidad del servicio en el banco BBVA Continental en Lima Metropolitana. Además, se arrojó que la calidad del servicio es alta en el público millennial, no obstante, se necesitan hacer ajustes y

cambios para la mejora de estos indicadores.

Camacho, Holguín y otros (2018), presentaron la tesis llamada “Calidad en el Servicio al cliente en el sector Educación de Maestrías especializadas en Lima Metropolitana”, tesis para la obtención del título de grado de magíster en dirección de Marketing en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta tesis tiene como objetivo la medición de la calidad del servicio en diversas industrias en el sector educación. Se utilizará el método Hedqual, además que se buscará validar este método en la aplicación de la medición de la calidad del servicio en la industria de la educación en maestrías. La encuesta se aplicó en Centrum católica mediante la medida de siete dimensiones. Se concluyó que esta metodología es válida para hacer aplicada en Lima Metropolitana.

1.3. Teorías relacionadas

1.3.1. Variable: Calidad de servicio

Definiciones de Calidad del servicio

Si bien desde tiempos antiguos, los servicios han formado parte de las actividades económicas del ser humano, hoy en día se ha tornado una tarea muy importante buscar las definiciones sobre la calidad del servicio y sus instrumentos de medición. Alrededor del mundo existe una mayor capacidad de las organizaciones tanto empresariales como públicas para elaborar productos o brindar servicios de mayor calidad acorde a las exigencias del mercado. Muchas compañías no solo dependen de sus esfuerzos internos para lograr una mejora en sus procesos de producción de bienes y servicios. El continuo interés por la contratación de asesores externos se debe a la necesidad de elevar la calidad del servicio para ganar mejores niveles de competitividad y mejores posiciones dentro del mercado. Los últimos 50 años han significado un progreso sin precedentes en los métodos para definir y medir la calidad del servicio debido a las exigencias de la globalización y los constantes cambios en las necesidades y perspectivas de los

clientes.

Lehtinen (1982), manifiesta que la calidad del servicio es la diferencia entre dos aspectos principales: Las expectativas y la percepción del servicio. Esto quiere decir que las expectativas es lo que espera el cliente sobre el servicio o producto que consumirá, mientras que la percepción es el resultado final del consumo del producto. En efecto, la percepción es la evaluación final del producto o servicio por parte del cliente.

Para Bevan, citado por (Cordoba, Cachero, Calero, Genero, & Marhuenda, 2007), la calidad se puede definir como la generalidad de características de una empresa que se refiere a su capacidad de satisfacer las necesidades implícitas y explícitas del cliente.

Parasuraman (2005), define la calidad del servicio como los aspectos que diferencian las expectativas del cliente con sus percepciones sobre cómo se ha desarrollado el servicio. En ese sentido, las expectativas son vistas como los deseos o predicciones del cliente sobre cómo será la realización del servicio o la calidad del producto. Esto indica que todo cliente siempre tenderá a la creación de una expectativa sobre el futuro servicio o producto a consumir.

Para Prieto (2014), la calidad del servicio es el proceso de cambio que compromete a toda una organización, sea pública o privada, alrededor de una serie de valores, actitudes y comportamientos a favor de los usuarios o clientes del negocio en cuestión. En ese sentido, la calidad del servicio permitirá que el cliente se sienta cómodo y a gusto pues se le brindará toda la atención y comprensión en base a los conocimientos del servicio o producto brindados por la organización. Por otro lado, la calidad del servicio permitirá que el cliente o usuario se sienta conforme en base a la coordinación brindada por la organización empresarial para la responsabilidad sobre la imagen amable con quienes solicitan servicios o productos.

Santiago (Citado por Prieto, 2014), brinda la definición de calidad del servicio como los niveles de percepción que tiene el cliente entre el desempeño y las expectativas de un servicio que se ha brindado. Por otro lado, Roldán y Balbuena (2010, p.23), manifiestan que la calidad del servicio es brindada por el cliente demostrando que un fuerte componente subjetivo en la medición de la calidad del servicio diferente al enfoque objetivo de medir la calidad del servicio revisando las cualidades del producto tal como se ha diseñado.

Otra definición importante menciona que la calidad del servicio: “Es aplicar estrategias centradas en lograr la satisfacción del cliente. Es la relación estrecha entre las necesidades del cliente y las prestaciones de servicios de acuerdo a las expectativas de ellos y de acuerdo a las exigencias y normas internacionales que regulan una atención de calidad” (Wellington, 2011, p.41). En ese sentido, esta definición muestra lo importante que debe ser la relación entre las necesidades y las expectativas entre el cliente y el prestador de servicios o productos. Por tanto, la calidad del servicio es el logro de una relación armoniosa entre el público y la atención al usuario.

En efecto, el servicio al cliente es el proceso de atención cuyo objetivo principal es la de brindar mejores productos o servicios realizándolos en el tiempo establecido y de acuerdo a las necesidades optadas por el cliente.

Otra definición importante sobre la concepción de calidad del servicio parte en que “el cliente es siempre un ser humano que busca un buen servicio de una institución, es la razón de ser de toda institución porque sin clientes no hay institución o negocios” (Wellington, 2011, p.68). Esto significa que toda actividad económica realizada por el hombre siempre busca la satisfacción de las personas mediante una elevada calidad en el servicio o en el producto.

Para Acosta y otros (2018) la calidad del servicio es percibida como el juicio que posee el cliente sobre las expectativas y superioridad del servicio. En efecto, este pensamiento posee como resultado una comparación entre las expectativas y

las percepciones de los desempeños recibidos. Además, también se puede otorgar una comparación entre la excelencia en el desempeño en el servicio contra otra variable para comparar la calidad del servicio.

Evolución de la calidad del servicio

El concepto de la calidad del servicio ha atravesado grandes cambios hasta el día de hoy producto de los diversos enfoques planteados en diversos periodos de las organizaciones económicas desde inicios del siglo pasado.

A principios del siglo XX, se entendía la calidad del servicio como las cualidades o grados de un producto en el cumplimiento de sus especificaciones técnicas que se establecieron cuando éste fue materia de diseño antes de su fabricación. Esta concepción de la calidad del servicio toma relevancia en la década de 1920 en el auge de la línea de producción diseñada por el industrial estadounidense Henry Ford con la aparición de las primeras oficinas de control de calidad implementadas dentro de las organizaciones empresariales (Acosta y otros, 2018, p.31).

Con el correr del siglo XX, a partir de la década de 1970, el enfoque de la calidad del servicio empezó a tomar en cuenta la opinión de los clientes para conocer cuáles eran sus percepciones sobre la calidad de un determinado servicio o producto consumido. Este enfoque difería del anterior en que la calidad del servicio no estaba centrada solo en las cualidades inherentes del producto o servicio sino de las expectativas y percepciones del cliente. Es así que, a mitad de la década de 1980, Gronroos fue uno de los primeros en crear una modelo de medición de la calidad del servicio teniendo en cuenta la opinión de los clientes para la investigación. Posteriormente, Parasuraman creó el modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio con lo cual crea una nueva metodología utilizando la diferencia entre las expectativas y las percepciones sobre la calidad del servicio (Alarcón y otros, 2018, p.11).

En la década de 1990, con las transformaciones económicas hacia una mayor influencia del sector servicios, así como la profundización de los procesos de desindustrialización en los países desarrollados, el concepto de calidad del servicio se especializa hacia la evaluación de la relación entre el sujeto-cliente que inicia la evaluación con el objeto a ser evaluado.

Importancia de la calidad del servicio

La importancia de la calidad del servicio radica en los beneficios tanto para la organización como para los clientes. Esto se expresa en que una correcta atención al cliente detecta con facilidad los errores y aciertos que se producen en el proceso. Esto conlleva a que los clientes satisfechos mantengan una mayor cantidad de tiempo como clientes de la empresa logrando incluso llegar a su fidelización.

En ese sentido, una correcta calidad del servicio permite a las empresas mantener niveles altos de venta, lograr mayores rangos para una profundización de la fidelización del cliente, así como el aligeramiento de costos en campañas de marketing y publicidad.

Modelos de la calidad del servicio

Los modelos de calidad del servicio poseen diferencias en el entendimiento de cómo son percibidos los servicios. En la actualidad, la medición de la calidad del servicio posee dos grandes corrientes a nivel internacional: La escuela europea nórdica y la escuela norteamericana. Ambas son las más utilizadas en el mundo y poseen enfoques diversos pues existen percepciones en base a la medición de la calidad del servicio en base al producto o en base a la diferencia entre las perspectivas y percepciones del cliente.

Modelo Servqual

Este modelo es fruto y referente de la Escuela estadounidense en cuanto a

los estudios sobre calidad del servicio. El modelo Servqual fue propuesto por Parasuraman, Zeithalm y Berry (Citado por Acosta y otros, 2018) para la medición de la calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del servicio recibidas por el cliente. En ese sentido, este método permite si los clientes poseen una valoración positiva o negativa de la calidad del servicio en base a cinco dimensiones: (a) Tangibilidad, (b) Confiabilidad, (c) Capacidad de respuesta, (d) Seguridad y (e) Empatía.

El modelo Servqual presenta un cuestionario de 22 preguntas presentado en las cinco dimensiones arriba mencionadas. Este cuestionario es validado bajo el coeficiente alfa. Posteriormente los resultados que se recogen se determinan las correlaciones entre los ítems con referencia al total colocado.

En efecto, a partir de la construcción de las 22 dimensiones, se profundiza la visión multidimensional de Servqual de tal manera que se realizan 22 preguntas para calcular las expectativas de la calidad del servicio y se realizan otras 22 preguntas para conocer la percepción de la calidad recibida. Hasta la fecha, el modelo Servqual es uno de los más usados alrededor del mundo para la realización de estudios sobre la medición de la calidad del servicio tanto en el sector salud, hotelería, educación universitaria, comercio, etc.

Modelo de Gronroos

Este modelo trabaja la medición de la calidad del servicio en base a tres elementos importantes: (a) La calidad técnica, que realiza una medición objetiva de las características del servicio a producto, (b) La calidad funcional, que mide la evaluación y el procedimiento en la experiencia de la entrega del servicio, (c) La imagen corporativa, que revisa la percepción que se posee sobre la empresa y cómo los dos primeros componentes

influyen sobre este último elemento (Torres y Vásquez, 2015, p.4).

Este modelo también revisa la percepción que se posee sobre la organización empresarial en cuanto a factores como los ideológicos, culturales, tema de precios y relaciones públicas en la medición de la calidad del servicio.

Modelo Servperf

El modelo Service Performance (Servperf) fue creado por Cronin y Taylor (Citado por Torres y Vásquez, 2015, p. 6) nace a partir de las críticas que se realizaron al modelo Servqual en cuanto a las escalas utilizadas para las mediciones de la calidad del servicio sobre las características de las percepciones de los usuarios y los desempeños en el servicio. Por otro lado, este modelo realiza la crítica a Servqual incidiendo que la calidad del servicio no solo debe ser medida en base a la diferencia entre las expectativas y las percepciones de la calidad. Este modelo propone tres dimensiones principales: (a) Calidad de la interacción, (b) ambiente físico y (c) Calidad de los resultados

Modelo LibQual

Este modelo fue planteado por Cook, Heath y Thompson (Citado por Ospina, 2015) en el año 2001 y cuya aplicación es para las bibliotecas públicas en Estados Unidos. Este modelo ha tenido como antecedente de diseño el modelo ServQual. En la práctica, el modelo LibQual es una versión mejorada del modelo ServQual y cuya aplicación se centra para la medición de la calidad del servicio en las bibliotecas públicas. Este modelo trabaja en base al hallazgo de la diferencia entre las expectativas y percepciones del servicio por parte del usuario o cliente. El presente modelo propone como dimensiones: (a) Valor de servicio, (b) Organización, (c) Acceso a la información, (d) Control de personal.

Modelo Es-Qual

En la medida que la revolución informática hacia su aparición a lo largo de la década de 1990 y la mayor parte de las transacciones comerciales empezaban a realizarse por internet. Parasuraman (2005) diseña el modelo de medición Es-Qual como una mejora sustancial del modelo Servqual para el hallazgo de la calidad del servicio en sitios web-

Este modelo de medición de la calidad del servicio tiene su ámbito de aplicación en servicios de venta de comercio electrónico y en las páginas de atención pública de los gobiernos. En efecto, el modelo Es-Qual es uno de los más usados a nivel internacional para servicios de internet y plataformas gubernamentales electrónicas de Estados Unidos. Sus dimensiones son: (a) Confiabilidad, (b) Responsabilidad, (c) Acceso, (d) Flexibilidad, (e) Fácil navegación, (f) Eficiencia, (g) Confianza, (h) Privacidad, (i) Conocimiento del precio, (j) Estética del sitio, (k) Personalización.

Modelo Calsuper

Este modelo fue planteado por Vásquez, Rodríguez y Díaz (Citado por Roldan y otros (2010, P.32) en el año 1996. Este modelo fue diseñado desde las investigaciones sobre dimensiones de calidad del servicio en centros comerciales de España. En ese sentido, esta investigación plantea el objetivo de la medición y el análisis de los niveles de calidad que son ofertados en empresas comerciales de Capsuper.

Dimensiones de la calidad del servicio:

Para la presente investigación se utilizará el Modelo Servqual de Parasuraman (2005) cuyas dimensiones son las siguientes:

Dimensión 1: Elementos tangibles. La dimensión de tangibilidad mide la

calidad del servicio mediante las expectativas del cliente respecto a las instalaciones físicas, apariencia del personal, equipos modernos y materiales asociados al servicio. Y esta comparación de expectativas se relaciona con las percepciones del servicio recibido. En efecto, al realizarse el servicio, los clientes no solo requieren del trato amable, sino que existe la necesidad de brindar las instalaciones adecuadas para que el cliente esté a la espera de su atención

Dimensión 2: Fiabilidad. La dimensión de elementos tangibles se encarga de la descripción de las expectativas y percepciones respecto a las promesas de la empresa para resolver un problema gracias a su servicio o producto, también si el servicio o producto será entregado o recibido en el tiempo que se ha prometido. En ese sentido, esta dimensión mide qué tan fiable es la empresa para el otorgamiento del servicio en los plazos que ellos mismos han definido y sin errores de por medio tanto en la entrega del servicio como en el servicio mismo.

En efecto, esta dimensión explica la capacidad que posee una organización empresarial para el cumplimiento con los servicios o productos realizados donde deben cumplirse como se ha pactado. En ese sentido, algunas empresas no cumplen los aspectos de esta dimensión por lo que se acrecienta la pérdida de clientes. Además, cabe resaltar que el incumplimiento del tiempo establecido no solo genera pérdidas económicas para el cliente sino para la misma organización empresarial.

Dimensión 3: Capacidad de respuesta. Esta dimensión mide la capacidad de los empleados y de la compañía en general para brindar respuestas exactas sobre la realización de los servicios. Así como la medición de la calidad del servicio en base a la atención rápida y efectiva de los clientes por parte de la empresa. Otro aspecto fundamental en esta dimensión es que los empleados deben poseer siempre la disponibilidad de tiempo para la atención de los clientes, de tal manera que el cliente no sienta la pérdida

de su tiempo en espacios temporales intrascendentes.

Dimensión 4: Seguridad. Esta dimensión mide el comportamiento de los trabajadores en cuanto a la confianza que inspiran hacia los clientes. Además, estudia la seguridad del cliente en base a las transacciones seguras de la empresa, así como el conteo de los trabajos anteriores realizados por la empresa. Por otro lado, esta dimensión verifica el grado de seguridad de los trabajadores para resolver cualquier tipo de duda respecto al servicio o al producto, de tal manera que sus respuestas dejen satisfechos a los clientes.

Dimensión 5: Empatía. Esta dimensión explica las relaciones en la atención individual y personalidad de la empresa hacia el cliente. Esta dimensión explica si existen niveles altos de empatía en los empleados, además si existen horarios flexibles de atención para todos los clientes dependiendo de sus horarios o necesidades. Además, esta dimensión mide la calidad de la atención de los empleados, si la atención es personalizada o si los empleados tienen los mejores intereses en su atención al cliente.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuáles son los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, por variables intervinientes, tamaño de empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa, callao 2018?

1.4.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuáles son los niveles de los Elementos Tangibles en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?

Problema específico 2

¿Cuáles son los niveles de Fiabilidad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?

Problema específico 3

¿Cuáles son los niveles de Capacidad de respuesta en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?

Problema específico 4

¿Cuáles son los niveles de Seguridad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?

Problema específico 5

¿Cuáles son los niveles de Empatía en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?

1.5. Justificación del estudio

Justificación Teórica

El valor teórico radica en que toda investigación tiene como soporte a los enfoques teóricos que sustenten las variables en estudio y en ese sentido se espera que objetivos trazados sean contrastadas en el análisis estadístico. No hay investigación científica sin un buen marco de referencia teórica científica.

Justificación Metodológica

Contribuir al desarrollo social con el aporte de los resultados y sus interpretaciones a la luz de las teorías y las opiniones de expertos en el tema. Contribuir en el campo administrativo aportando con instrumentos y técnicas de investigación que puedan ser útiles en un futuro.

Justificación Práctica

El valor práctico radica en que los instrumentos empleados para el presente estudio pueden ser empleados para estudios posteriores y con ellos evaluar las mismas variables en otras empresas de servicios.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, por variables intervinientes, tamaño de empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa, callao 2018.

1.6.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar los niveles de los elementos tangibles de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

Objetivo específico 2

Determinar los niveles de fiabilidad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

Objetivo específico 3

Determinar los niveles de capacidad de respuesta en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

Objetivo específico 4

Determinar los niveles de seguridad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

Objetivo específico 5

Determinar los niveles de empatía en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

II. Marco metodológico

2.1 Diseño de investigación

La presente tesis es del tipo pura (básica), este modelo de investigación parte de un marco teórico y consiste en el análisis de un problema que tiene como finalidad la búsqueda e incremento de un conocimiento científico para entenderlas sin necesidad de llevar a la práctica los resultados que se puedan generar. Baena, 2014.

Se utilizó un diseño descriptivo simple ya que se buscó y recogió información actual del objeto de estudio en referencia al objetivo trazado. Gross, 2010.

Asimismo es un estudio no experimental “en razón a que no habrá manipulación de una variable u otra, sino que solo se describen sus componentes a partir de los indicadores establecidos para cada una” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 149).

Esquema:



Dónde:

C: Clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación.

Q: Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación

2.2. Variables, operacionalización

Variable : Calidad del servicio

Definición conceptual:

Para Parasuraman, Zeithalm y Berry, citado por (Acosta y otros, 2018) la calidad del servicio es percibida como el juicio que posee el cliente sobre las expectativas y superioridad del servicio. En efecto, este pensamiento posee como resultado una comparación entre las expectativas y las percepciones de los desempeños recibidos. Además, también se puede otorgar una comparación entre la excelencia en el desempeño en el servicio contra otra variable para

comparar la calidad del servicio.

Definición operacional:

La calidad del servicio percibe el juicio que posee el cliente a través de sus dimensiones: Bienes Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable Calidad de Servicio

Dimensiones	Indicadores	Nº Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rangos
Elementos Tangibles	- Instalaciones físicas - Equipos de última generación - Apariencia del personal - Elementos materiales atractivos.	1,2,3,4	Totalmente en desacuerdo (1)	Mala 22 - 44
Fiabilidad	- Cumplen lo prometido - Sincero interés por resolver problemas - Realizan bien el servicio la primera vez - Concluyen el servicio en el tiempo promedio - No se cometen errores	5,6,7,8,9	En desacuerdo (2) Ni en desacuerdo ni acuerdo (3)	Regular 45 - 66 Buena 67 - 88
Capacidad de Respuesta	- Comunican cuando concluirán el servicio - Los empleados ofrecen un servicio rápido - Los empleados siempre están dispuestos a ayudar - Horarios de atención acorde disponibilidad del cliente	10,11,12,13	De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Excelente 89 - 110
Seguridad	- Comportamiento confiable de los Empleados - Clientes se sienten seguros - Los empleados son amables - Los empleados tienen conocimientos suficientes	14,15,16,17		
Empatía	- Ofrecen atención individualizada - Horarios de trabajo convenientes para los clientes - Tienen empleados que ofrecen atención personalizada - Se preocupan por los cliente - Comprenden las necesidades del client	18,19,20,21,22		

2.3. Población, muestra

Población y muestra

La población de la presente investigación está conformada por los 129 clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación,

Tabla 2

Distribución de la población del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios, inspección y certificación

Área de Certificaciones de la división de pesca - Callao	Total
Clientes	129
Total	129

Fuente: Archivo de la empresa de Servicios de ensayos, inspección y certificación

La muestra es una parte extraída de la población de estudio mediante la cual se recoge información y por lo tanto se requiere de una buena selección, asimismo, en la presente investigación se aplicó el muestreo censal, ya que consideramos que la opinión de todos los clientes es de suma importancia y además se tuvo acceso fácil a la base de datos de la cartera de clientes. Hayes, B (1999).

También se tomó en cuenta para la evaluación, las dimensiones intervinientes tales como: tamaño de la empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa.

Tabla 3

Distribución de la muestra del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios, inspección y certificación

	Descripción	N° de Clientes
Tamaño de la empresa	Micro empresa	10
	Pequeñas Empresas	30
	Medianas Empresas	60
	Grandes Empresas	29
	TOTAL:	129
Rubro	Congelado	80
	Harinas	29
	Conservas	20
	TOTAL:	129
Tiempo de relación con la empresa	0 a 2 años	10
	2 a 4 años	30
	4 a 6 años	50
	6 años a más	39
	TOTAL	129

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente estudio se utilizará las siguientes técnicas: Técnica Psicométrica, en la medida que se utilizará el cuestionario de calidad del servicio; Técnica de análisis de documentos, el cual será aplicado durante el proceso de investigación; Técnica de fichaje, utilizada para la recolección de información primaria y secundaria con propósitos de la elaboración y redacción del marco

teórico; Escalas de medición, fue determinada por la intención del investigador. Se utilizará la Escala de Likert, la cual nos permitirá agrupar los eventos sobre la base de la posición relativa de un elemento con respecto al otro, en función a criterios; Estadística, se aplica durante el proceso el análisis inferencial para ayudar a encontrar significatividad en sus resultados, teniendo en cuenta los valores porcentuales significativos para deducir las conclusiones de la investigación.

2.5 Instrumentos de recolección de datos:

Tabla 4

Instrumento: Cuestionario para determinar la calidad del servicio

Cuestionario para determinar los niveles de percepción de la calidad del servicio	
Ficha técnica:	De la variable Calidad.
Autores:	Parasuraman, Zeithalm y Berry Adaptada por Mónica Iliana Silva Guevara.
Año:	2018
Objetivo:	Determinar los niveles de percepción de la calidad del servicio.
Destinatarios:	Clientes
Forma de administración:	Individual.
Contenido:	Consta de 5 dimensiones y 22 ítems: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.
Duración:	30 minutos.
Puntuación: .:	Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo.

2.6 Confiabilidad y Validez:

La validez es una técnica que permite evaluar la consistencia interna de las preguntas a través de un juicio de expertos, mientras que, la confiabilidad, se hallará a partir del coeficiente de confiabilidad que arroje la prueba de alfa de cronbach, ya que las preguntas son medidas en escala ordinal.

Habiéndose determinado los resultados de la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, con apoyo del software SPSS, versión 23, se contaron como resultados los siguientes:

Tabla 5

Tabla Confiabilidad – Alfa de Cronbach

Cuestionario	Alfa de Cronbach	Nº ítems
Comportamiento Organizacional	0,906	22

Después de la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, mostró como resultado el valor de 0,906 para la variable de Calidad del servicio. Este resultado refleja que el instrumento cuenta con una alta confiabilidad. Estos resultados determinaron el proceder con la aplicación de los instrumentos en la muestra en estudio.

Validez

Se utilizó la validez de contenido del instrumento: Calidad del Servicio, a través del juicio de expertos. Los expertos son docentes de la Universidad César Vallejo:

- a. Dr. Luis Enrique Dios Zárate
- b. Mg. Hans Mejía Guerrero
- a. Mg. Braulio Castillo Canales

Tabla 6

Validación del instrumento: Calidad del Servicio

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Si cumple	Si	Si	Si	Si
No cumple				

2.7. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el método de análisis y síntesis, que según Muñoz (1998) va de lo compuesto a lo simple acompañado de una separación de un todo en sus partes constitutivas con el fin de estudiar las relaciones que las unen; asimismo se consideró los factores intervinientes clasificados en tamaño de la empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa.

Una vez aplicado el instrumento de la variable sobre la muestra en estudio, se realizó el procedimiento correspondiente al ingreso de datos en Excel y el paquete estadístico SPSS, versión 23 y después procesar al análisis descriptivo a fin de mostrar los resultados a través de tablas de frecuencia y figuras.

2.8. Aspectos éticos

La presente investigación tendrá en cuenta la veracidad de resultados. Asimismo, será respetuoso de la propiedad intelectual, las convicciones políticas, religiosas y morales, a la responsabilidad social, política, jurídica y ética, a la privacidad, así como de proteger la identidad de los individuos que participan en el estudio.

III. Resultados

31. Análisis descriptivo

Información por variables intervinientes: rubro, tamaño de empresa y tiempo de relación con la empresa.

A continuación detallamos los resultados obtenidos de las variables intervinientes desarrolladas en el presente trabajo de investigación.

Tabla 7

Tabla informativa de las variables intervinientes

Estadística descriptiva de la variables			
Variables intervinientes	Dimensiones	Frecuencia	%
Tamaño de la empresa	Micro empresa	10	5
	Pequeñas Empresas	30	20
	Medianas Empresas	60	30
	Grandes Empresas	29	45
	Total:	129	100
Rubro	Congelado	80	70
	Harinas	29	15
	Conservas	20	15
	Total:	129	100
Tiempo de relación con la empresa	0 a 2 años	10	10
	2 a 4 años	30	15
	4 a 6 años	50	30
	6 años a más	39	45
	Total:	129	100

En relación al tamaño de la empresa de los encuestados de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, el 45% demuestra que son las empresas grandes, el 30% son las medianas empresas, 20% las pequeñas empresas y 10% son las micro empresas, donde claramente observamos el mayor porcentaje en las empresas grandes y medianas debido a que son las que cuentan con mayor volúmenes de exportaciones debido a su rentabilidad

económica, variedad de productos y cuentan con un stock adecuado.

En relación al rubro de las empresas de los encuestados de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, el 70% demuestra que son del rubro de congelados, el 15% del rubro de harinas y otros 15% del rubro de conservas, donde claramente observamos el mayor porcentaje en el rubro de congelados, esto debido a la gran demanda en el mercado extranjero, siendo el principal recurso exportado la POTA, seguido de langostinos, merluza, anchovetas, conchas de abanico y trucha.

En vinculación al tiempo de relación con la empresa de los encuestados de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, el 45% demuestra que tienen 6 años a más de relación con la empresa, el 30 % tienen 4 a 6 años de relación con la empresa, el 15% tienen 2 a 4 años de relación con la empresa y el 10% tienen 0 a 2 años de relación con la empresa, donde claramente observamos que los porcentajes más altos lo tienen las empresas que tienen el tiempo relación con la empresa de 6 años a más donde claramente observamos el mayor porcentaje en las empresas que tienen 6 años a más de relación con la empresa, esto debido a las alianzas y acuerdos comerciales establecidos a lo largo de los años que han contribuido a su fidelización.

32 Estadísticos Descriptivos

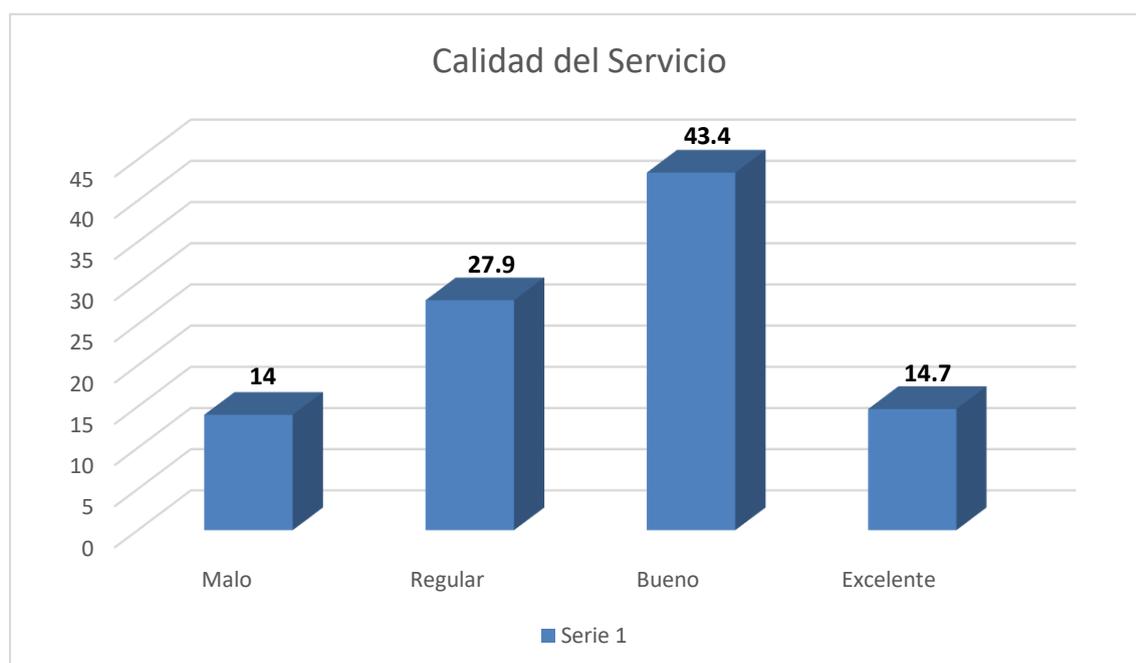
Calidad del servicio

Tabla 8

Niveles de calidad del servicio

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	18	14.0
	Regular	36	27.9
	Bueno	56	43.4
	Excelente	19	14.7
	Total	129	100.0

Figura 1 Niveles de calidad de servicio



En la tabla 1 y figura 1 se observa que el 14 % de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio es mala, el 27.9 % regular, el 43.4 % Bueno y el 14.7 excelente.

Calidad del servicio por variables intervinientes

En relación a la calidad del servicio por variables intervinientes se detalla a continuación.

Tabla 9
Calidad del servicio por variables intervinientes:

DIMENSIÓN	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	MALO		REGULAR		BUENO		EXCELENTE		FRECUENCIA TOTAL	% TOTAL
			FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
BIENES TANGIBLES	TAMAÑO DE LA EMPRESA	MICRO EMPRESA	0,00	0,00	5,00	50,00	4,00	40,00	1,00	10,00	30,00	100,00
		PEQUEÑAS EMPRESAS	6,00	20,00	15,00	50,00	3,00	10,00	6,00	20,00	30,00	100,00
		MEDIANAS EMPRESAS	8,00	13,33	22,00	36,67	15,00	30,00	12,00	20,00	60,00	100,00
		GRANDES EMPRESAS	7,00	24,14	11,00	37,99	3,00	10,94	6,00	27,59	29,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	RUBRO	CONGELADO	11,00	33,75	33,00	41,25	19,00	23,75	17,00	21,25	80,00	100,00
		HARINAS	4,00	13,79	13,00	44,99	7,00	24,14	5,00	17,24	29,00	100,00
		CONSERVAS	6,00	30,00	7,00	35,00	2,00	10,00	5,00	25,00	20,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	TIEMPO DE RELACIÓN CON LA EMPRESA	0 a 2 años	0,00	0,00	5,00	50,00	4,00	40,00	1,00	10,00	10,00	100,00
2 a 4 años		5,00	20,00	15,00	50,00	3,00	10,00	6,00	20,00	30,00	100,00	
4 a 5 años		5,00	10,00	18,00	36,00	16,00	32,00	11,00	22,00	50,00	100,00	
5 años o más		8,00	20,51	10,00	25,64	16,00	41,09	5,00	12,82	39,00	100,00	
		TOTAL									129,00	
CONFIABILIDAD	TAMAÑO DE LA EMPRESA	MICRO EMPRESA	0,00	0,00	1,00	10,00	8,00	80,00	1,00	10,00	10,00	100,00
		PEQUEÑAS EMPRESAS	4,00	13,33	4,00	13,33	16,00	53,33	6,00	20,00	30,00	100,00
		MEDIANAS EMPRESAS	9,00	10,00	11,00	12,22	31,00	34,44	12,00	13,33	60,00	100,00
		GRANDES EMPRESAS	5,00	17,24	6,00	20,69	26,00	86,67	2,00	6,67	34,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	RUBRO	CONGELADO	8,00	30,00	12,00	15,00	44,00	55,00	15,00	20,00	80,00	100,00
		HARINAS	2,00	6,90	5,00	17,24	17,00	58,62	5,00	17,24	29,00	100,00
		CONSERVAS	3,00	25,00	5,00	25,00	10,00	50,00	0,00	0,00	20,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	TIEMPO DE RELACIÓN CON LA EMPRESA	0 a 2 años	0,00	0,00	1,00	10,00	8,00	80,00	1,00	10,00	10,00	100,00
2 a 4 años		4,00	13,33	4,00	13,33	16,00	53,33	6,00	20,00	30,00	100,00	
4 a 5 años		4,00	8,00	9,00	18,00	27,00	54,00	20,00	40,00	50,00	100,00	
5 años o más		7,00	17,95	8,00	20,51	20,00	51,28	4,00	10,26	39,00	100,00	
		TOTAL									129,00	
RESPONSABILIDAD	TAMAÑO DE LA EMPRESA	MICRO EMPRESA	0,00	0,00	0,00	0,00	9,00	90,00	1,00	10,00	10,00	100,00
		PEQUEÑAS EMPRESAS	4,00	13,33	4,00	13,33	18,00	60,00	4,00	13,33	30,00	100,00
		MEDIANAS EMPRESAS	11,00	18,33	9,00	15,00	32,00	53,33	8,00	13,33	60,00	100,00
		GRANDES EMPRESAS	5,00	20,69	7,00	24,14	14,00	46,28	2,00	6,67	29,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	RUBRO	CONGELADO	12,00	15,00	13,00	15,00	45,00	56,25	11,00	13,75	80,00	100,00
		HARINAS	3,00	10,34	3,00	10,34	15,00	65,52	4,00	15,79	25,00	100,00
		CONSERVAS	8,00	30,00	5,00	25,00	9,00	45,00	0,00	0,00	20,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	TIEMPO DE RELACIÓN CON LA EMPRESA	0 a 2 años	0,00	0,00	0,00	0,00	9,00	90,00	1,00	10,00	10,00	100,00
2 a 4 años		4,00	13,33	4,00	13,33	18,00	60,00	4,00	13,33	30,00	100,00	
4 a 5 años		8,00	16,00	8,00	16,00	27,00	54,00	7,00	14,00	50,00	100,00	
5 años o más		9,00	23,08	8,00	20,51	19,00	48,72	3,00	7,69	39,00	100,00	
		TOTAL									129,00	
SEGURIDAD	TAMAÑO DE LA EMPRESA	MICRO EMPRESA	0,00	0,00	6,00	60,00	4,00	40,00	0,00	0,00	10,00	100,00
		PEQUEÑAS EMPRESAS	6,00	20,00	5,00	16,67	14,00	46,67	5,00	16,67	30,00	100,00
		MEDIANAS EMPRESAS	8,00	13,33	21,00	55,00	29,00	78,33	2,00	5,56	60,00	100,00
		GRANDES EMPRESAS	4,00	13,79	8,00	27,59	13,00	44,99	4,00	13,79	29,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	RUBRO	CONGELADO	11,00	13,73	26,00	32,50	37,00	46,25	8,00	7,90	80,00	100,00
		HARINAS	6,00	20,69	6,00	20,69	14,00	48,28	3,00	10,34	29,00	100,00
		CONSERVAS	1,00	5,00	8,00	40,00	9,00	45,00	2,00	10,00	20,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	TIEMPO DE RELACIÓN CON LA EMPRESA	0 a 2 años	0,00	0,00	6,00	60,00	4,00	40,00	0,00	0,00	10,00	100,00
2 a 4 años		6,00	20,00	5,00	16,67	14,00	46,67	5,00	16,67	30,00	100,00	
4 a 5 años		6,00	12,00	20,00	40,00	23,00	46,00	1,00	2,00	50,00	100,00	
5 años o más		6,00	15,38	9,00	23,08	18,00	46,72	5,00	12,82	39,00	100,00	
		TOTAL									129,00	
EMPATÍA	TAMAÑO DE LA EMPRESA	MICRO EMPRESA	0,00	0,00	0,00	0,00	9,00	90,00	1,00	10,00	10,00	100,00
		PEQUEÑAS EMPRESAS	6,00	20,00	4,00	13,33	15,00	50,00	5,00	16,67	30,00	100,00
		MEDIANAS EMPRESAS	8,00	13,33	14,00	23,33	20,00	33,33	8,00	13,33	60,00	100,00
		GRANDES EMPRESAS	5,00	17,24	8,00	27,59	12,00	41,58	4,00	13,79	29,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	RUBRO	CONGELADO	10,00	12,90	16,00	20,00	43,00	53,75	11,00	13,75	80,00	100,00
		HARINAS	4,00	13,79	4,00	13,79	17,00	58,62	4,00	13,79	29,00	100,00
		CONSERVAS	5,00	25,00	6,00	30,00	6,00	30,00	3,00	15,00	20,00	100,00
		TOTAL									129,00	
	TIEMPO DE RELACIÓN CON LA EMPRESA	0 a 2 años	0,00	0,00	0,00	0,00	9,00	90,00	1,00	10,00	10,00	100,00
2 a 4 años		6,00	20,00	4,00	13,33	15,00	50,00	5,00	16,67	30,00	100,00	
4 a 5 años		4,00	8,00	13,00	26,00	17,00	34,00	6,00	12,00	50,00	100,00	
5 años o más		9,00	23,08	9,00	23,08	15,00	38,46	6,00	15,38	39,00	100,00	
		TOTAL									129,00	

En relación a los bienes tangibles por el tamaño de la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% de las microempresas lo consideran malo , el 50% lo considera regular, el 40% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las pequeñas empresas el 20% lo considera malo, el 50% lo considera regular, el 10% lo considera bueno y el 20% lo considera excelente, en las medianas empresas el 13.33% lo considera malo, el 36.67% lo considera regular, el 30% lo considera bueno, el 20 % lo considera excelente, en las grandes empresas el 24.14% lo considera malo, el 37.93 lo considera regular, el 10.34% lo considera bueno, el 27.59 lo considera excelente.

En relación a los bienes tangibles por el rubro de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 13.75% de congelados lo consideran malo , el 41.25% lo considera regular, el 23.75% lo considera bueno y el 21.25% lo considera excelente, en las harinas el 13.79% lo considera malo, el 44.83% lo considera regular, el 24.14% lo considera bueno y el 17.24% lo considera excelente, en las conservas el 30% lo considera malo, el 35% lo considera regular, el 10% lo considera bueno, el 25 % lo considera excelente.

En relación a los bienes tangibles por el tiempo de relación con la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% en las de 0 a 2 años lo consideran malo , el 50% lo considera regular, el 40% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las de 2 a 4 años el 20% lo considera malo, el 50% lo considera regular, el 10% lo considera bueno y el 20% lo considera excelente, en las de 4 a 6 años el 10% lo considera malo, el 36% lo considera regular, el 32% lo considera bueno, el 22 % lo considera excelente, en las de 6 años a más el 20.51% lo considera malo, el 25.64% lo considera regular, el 41.03% lo considera bueno, el 12.82% lo considera excelente.

En relación a la confiabilidad por el tamaño de la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% de las microempresas lo consideran malo , el 10% lo considera regular, el 80% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las pequeñas empresas el 13.3% lo considera malo, el 13.3% lo considera regular, el 53.33% lo considera bueno y el 20% lo considera excelente, en las medianas empresas el 10% lo considera malo, el 18.33% lo considera regular, el 51.67% lo considera bueno, el 20 % lo considera excelente, en las grandes empresas el 17.24% lo considera malo, el 20.69% lo considera regular, el 55.17% lo considera bueno, el 6.90% lo considera excelente.

En relación a la confiabilidad por el rubro de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 10% de congelados lo consideran malo , el 15% lo considera regular, el 55% lo considera bueno y el 20% lo considera excelente, en las harinas el 6.90% lo considera malo, el 17.24% lo considera regular, el 58.62% lo considera bueno y el 17.24% lo considera excelente, en las conservas el 25% lo considera malo, el 25% lo considera regular, el 50% lo considera bueno, el 0 % lo considera excelente.

En relación a la confiabilidad por el tiempo de relación con la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% en las de 0 a 2 años lo consideran malo , el 10% lo considera regular, el 80% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las de 2 a 4 años el 13.33% lo considera malo, el 13.33% lo considera regular, el 53.33% lo considera bueno y el 20% lo considera excelente, en las de 4 a 6 años el 8% lo considera malo, el 18% lo considera regular, el 54% lo considera bueno, el 20 % lo considera excelente, en las de 6 años a más el 17.95% lo considera malo, el 20.51% lo considera regular, el 51.28% lo considera bueno, el 10.26% lo considera excelente.

En relación a la responsabilidad por el tamaño de la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% de las microempresas lo consideran malo , el 0% lo considera regular, el 90% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las pequeñas empresas el 13.33% lo considera malo, el 13.3% lo considera regular, el 60% lo considera bueno y el 13.33% lo considera excelente, en las medianas empresas el 18.33% lo considera malo, el 15% lo considera regular, el 53.33% lo considera bueno, el 13.33 % lo considera excelente, en las grandes empresas el 20.69% lo considera malo, el 24.14% lo considera regular, el 48.28% lo considera bueno, el 6.90% lo considera excelente.

En relación a la responsabilidad por el rubro de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 15% de congelados lo consideran malo , el 15% lo considera regular, el 56.25% lo considera bueno y el 13.75% lo considera excelente, en las harinas el 10.34% lo considera malo, el 10.34% lo considera regular, el 65.52% lo considera bueno y el 13.79% lo considera excelente, en las conservas el 30% lo considera malo, el 25% lo considera regular, el 45% lo considera bueno, el 0 % lo considera excelente.

En relación a la responsabilidad por el tiempo de relación con la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% en las de 0 a 2 años lo consideran malo , el 0% lo considera regular, el 90% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las de 2 a 4 años el 13.33% lo considera malo, el 13.33% lo considera regular, el 60% lo considera bueno y el 13.33% lo considera excelente, en las de 4 a 6 años el 16% lo considera malo, el 16% lo considera regular, el 54% lo considera bueno, el 14 % lo considera excelente, en las de 6 años a más el 23.08% lo considera malo, el 20.51% lo considera regular, el 48.72% lo considera bueno, el 7.69% lo considera excelente.

En relación a la seguridad por el tamaño de la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% de las microempresas lo consideran malo , el 60% lo considera regular, el 40% lo considera bueno y el 0% lo considera excelente, en las pequeñas empresas el 20% lo considera malo, el 16.67% lo considera regular, el 46.67% lo considera bueno y el 16.67% lo considera excelente, en las medianas empresas el 13.33% lo considera malo, el 35% lo considera regular, el 48.33% lo considera bueno, el 3.33 % lo considera excelente, en las grandes empresas el 13.79% lo considera malo, el 27.59% lo considera regular, el 44.83% lo considera bueno, el 13.79% lo considera excelente.

En relación a la seguridad por el rubro de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 13.75% de congelados lo consideran malo , el 32.50% lo considera regular, el 46.25% lo considera bueno y el 7.50% lo considera excelente, en las harinas el 20.69% lo considera malo, el 20.69% lo considera regular, el 48.28% lo considera bueno y el 10.34% lo considera excelente, en las conservas el 5% lo considera malo, el 40% lo considera regular, el 45% lo considera bueno, y el 10 % lo considera excelente.

En relación a la seguridad por el tiempo de relación con la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% en las de 0 a 2 años lo consideran malo , el 60% lo considera regular, el 40% lo considera bueno y el 0% lo considera excelente, en las de 2 a 4 años el 20% lo considera malo, el 16.67% lo considera regular, el 46.67% lo considera bueno y el 16.67% lo considera excelente, en las de 4 a 6 años el 12% lo considera malo, el 40% lo considera regular, el 46% lo considera bueno, el 2 % lo considera excelente, en las de 6 años a más el 15.38% lo considera malo, el 23.08% lo considera regular, el 48.72% lo considera bueno, el 12.82% lo considera excelente.

En relación a la empatía por el tamaño de la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% de las microempresas lo consideran malo , el 60% lo considera regular, el 90% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las pequeñas empresas el 20% lo considera malo, el 13.33% lo considera regular, el 50% lo considera bueno y el 16.67% lo considera excelente, en las medianas empresas el 13.33% lo considera malo, el 23.33% lo considera regular, el 50% lo considera bueno, el 13.33% lo considera excelente, en las grandes empresas el 17.24% lo considera malo, el 27.59% lo considera regular, el 41.38% lo considera bueno, el 13.79% lo considera excelente.

En relación a la empatía por el rubro de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 12.50% de congelados lo consideran malo , el 20% lo considera regular, el 53.75% lo considera bueno y el 13.75% lo considera excelente, en las harinas el 13.79% lo considera malo, el 13.79% lo considera regular, el 58.62% lo considera bueno y el 13.79% lo considera excelente, en las conservas el 25% lo considera malo, el 30% lo considera regular, el 30% lo considera bueno, y el 15 % lo considera excelente.

En relación a la empatía por el tiempo de relación con la empresa de los encuestados, en una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidencia que el 0% en las de 0 a 2 años lo consideran malo , el 0% lo considera regular, el 90% lo considera bueno y el 10% lo considera excelente, en las de 2 a 4 años el 20% lo considera malo, el 13.33% lo considera regular, el 50% lo considera bueno y el 16.67% lo considera excelente, en las de 4 a 6 años el 8% lo considera malo, el 26% lo considera regular, el 54% lo considera bueno, el 12 % lo considera excelente, en las de 6 años a más el 23.08% lo considera malo, el 23.08% lo considera regular, el 38.46% lo considera bueno, el 15.38% lo considera excelente.

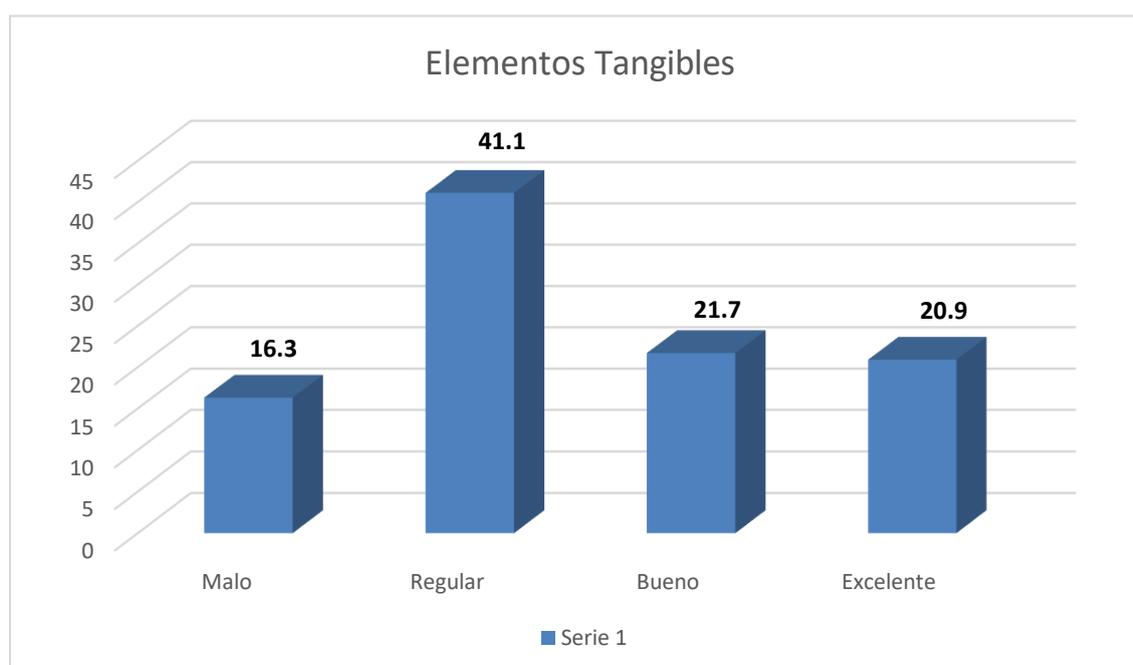
Elementos Tangibles

Tabla 10

Niveles de calidad del servicio – dimensión Bienes Tangibles

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	21	16.3
	Regular	53	41.1
	Bueno	28	21.7
	Excelente	27	20.9
	Total	129	100.0

Figura 2 Niveles de calidad de servicio – dimensión Elementos tangibles



En la tabla 2 y figura 2 se observa que el 16.3% de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio en la dimensión de bienes tangibles es mala, el 41.1 % regular, el 21.7 % Bueno y el 20.9 % excelente.

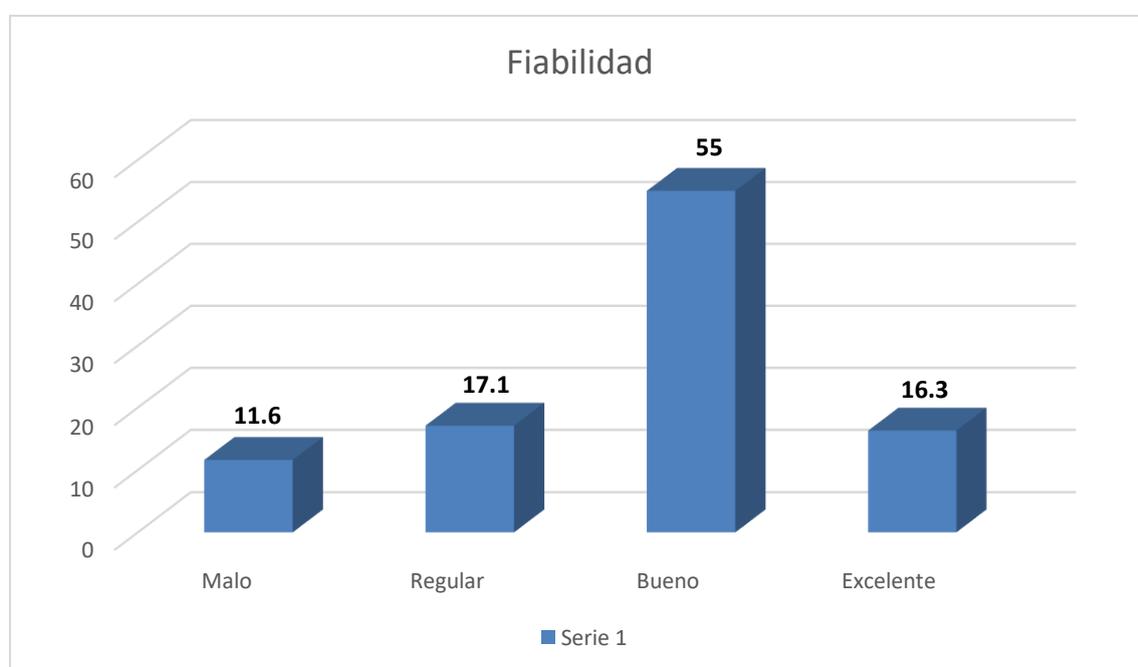
Fiabilidad

Tabla 11

Niveles de calidad del servicio – dimensión fiabilidad

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	15	11.6
	Regular	22	17.1
	Bueno	71	55.0
	Excelente	21	16.3
	Total	129	100.0

Figura 3 . Niveles de calidad del servicio – dimensión fiabilidad



En la tabla 3 y figura 3 se observa que el 11.6% de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio en la dimensión de confiabilidad es mala, el 17.1 % regular, el 55.0 % Bueno y el 16.3 excelente.

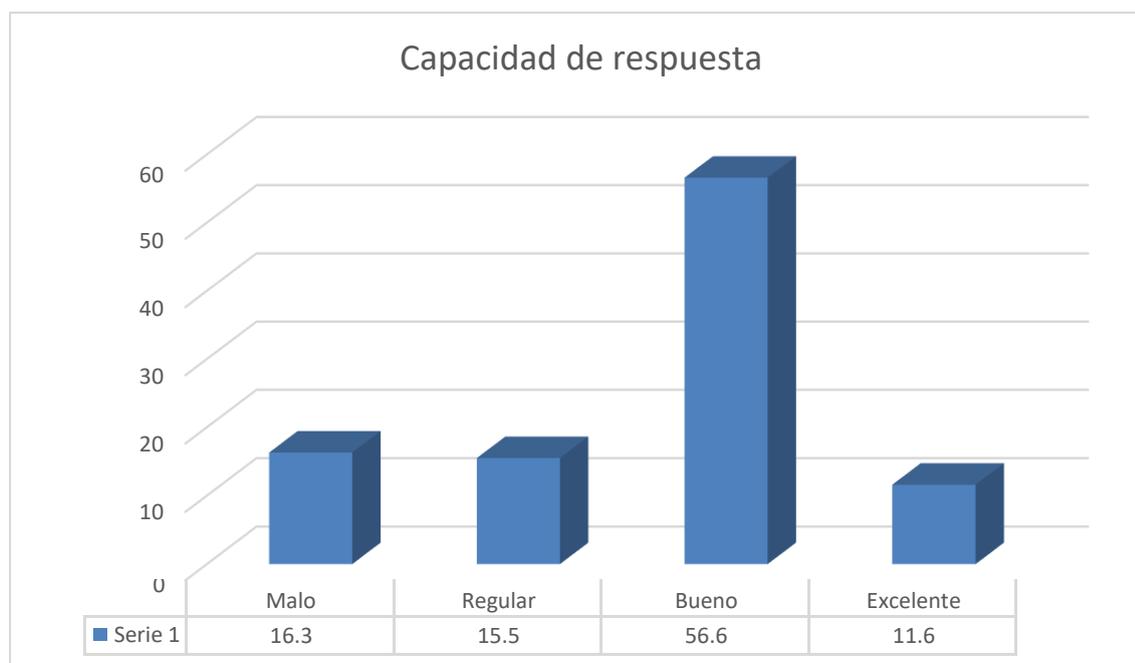
Capacidad de Respuesta

Tabla 12

Niveles de calidad del servicio – dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	21	16.3
	Regular	20	15.5
	Bueno	73	56.6
	Excelente	15	11.6
	Total	129	100.0

Figura 4 . Niveles de calidad del servicio – dimensión capacidad de respuesta



En la tabla 4 y figura 4 se observa que el 16.3% de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio en la dimensión de Responsabilidad es mala, el 15.5 % regular, el 56.6 % Bueno y el 11.6% excelente.

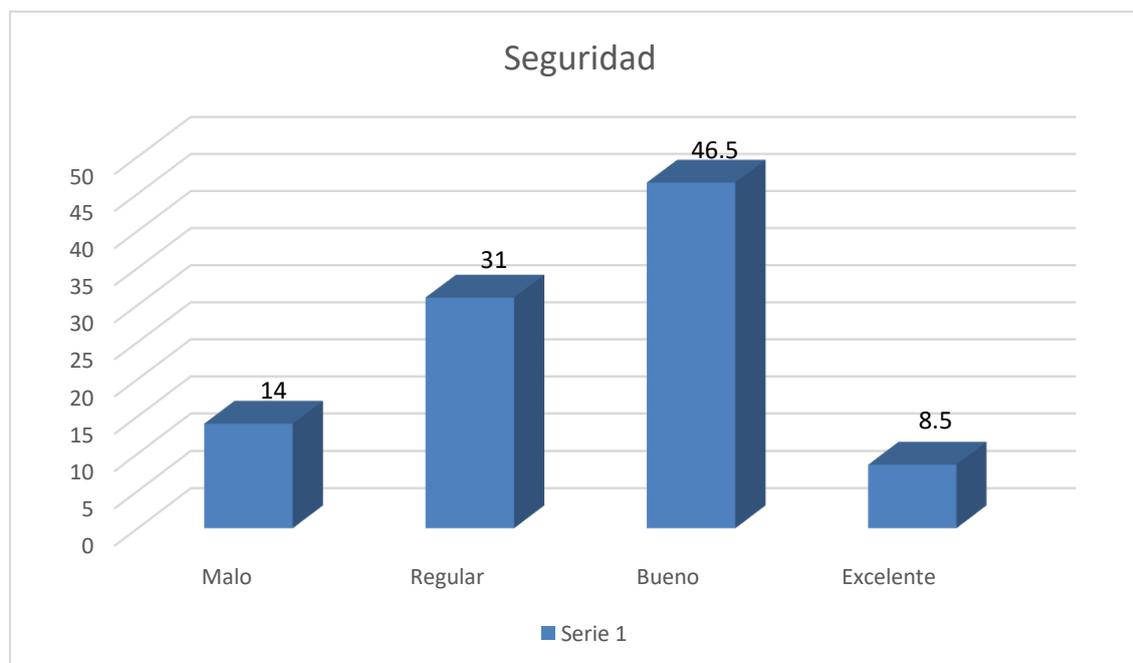
Seguridad

Tabla 13

Niveles de calidad del servicio – dimensión seguridad

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	18	14.0
	Regular	40	31.0
	Bueno	60	46.5
	Excelente	11	8.5
	Total	129	100,0

Figura 5 . Niveles de calidad del servicio – dimensión seguridad



En la tabla 5 y figura 5 se observa que el 14.0% de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio en la dimensión de Seguridad es mala, el 31.0 % regular, el 46.5 % Bueno y el 8.5 excelente.

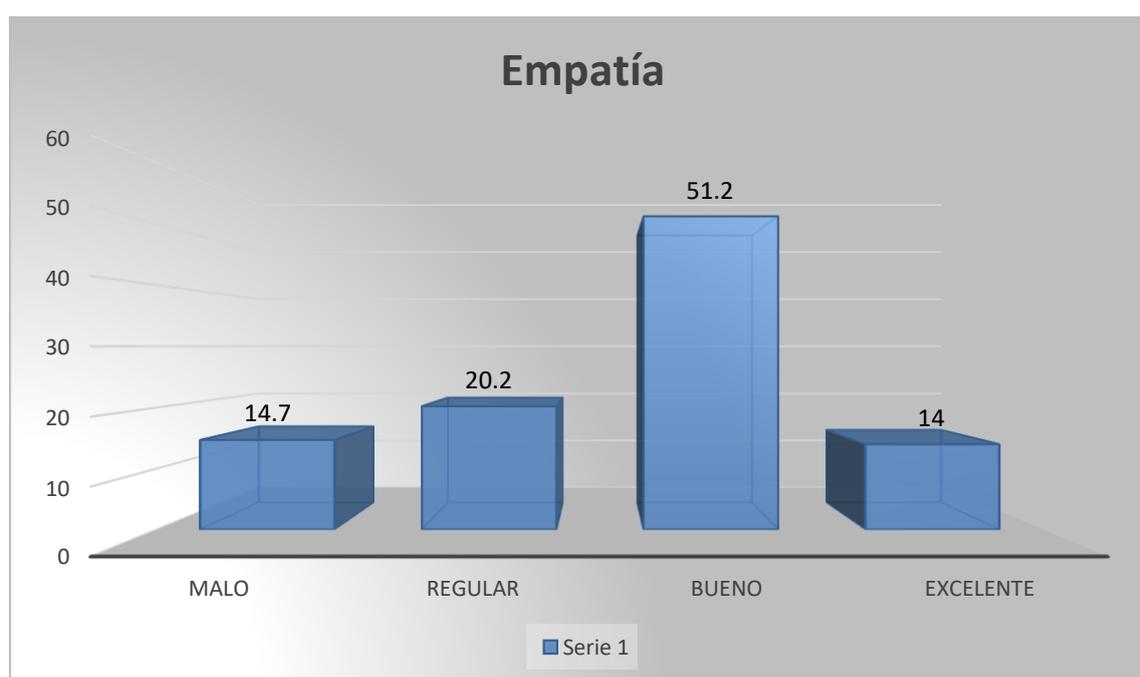
Empatía

Tabla 14

Niveles de calidad del servicio – dimensión empatía

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Malo	19	14.7
	Regular	26	20.2
	Bueno	66	51.2
	Excelente	18	14.0
	Total	129	100,0

Figura 6 Niveles de calidad del servicio – dimensión empatía

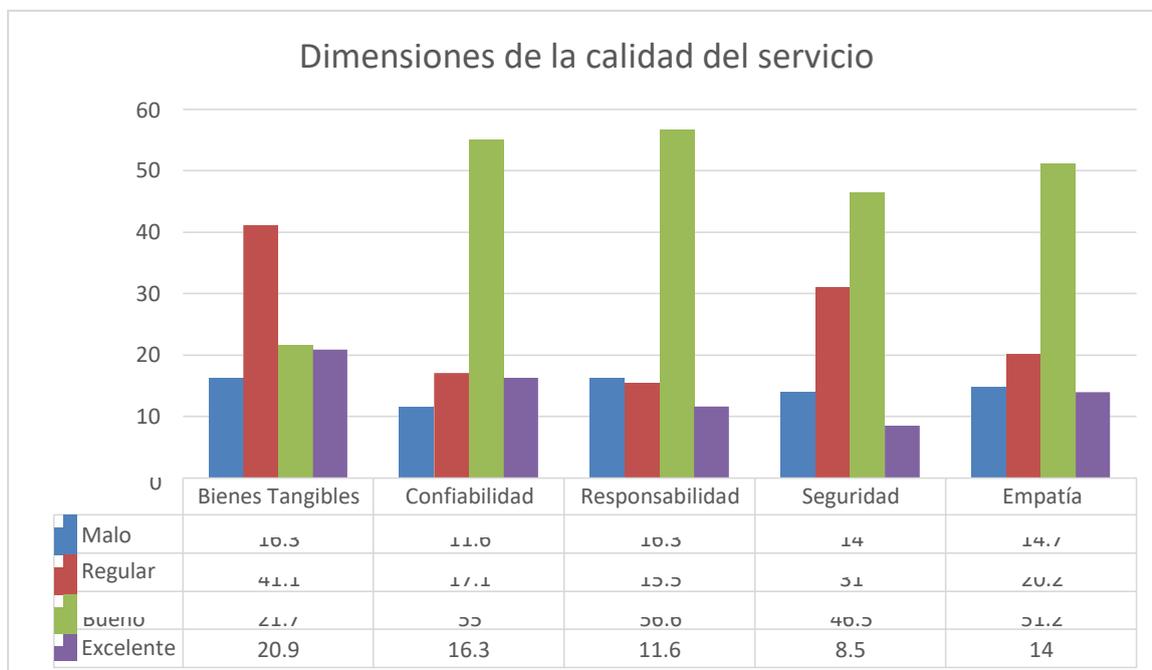


En la tabla 6 y figura 6 se observa que el 14.7% de los clientes de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, percibe que la calidad del servicio en la dimensión de Empatía es mala, el 20.2 % regular, el 51.2 % Bueno y el 14.0% excelente.

Niveles de acuerdo a las dimensiones de la calidad del servicio

Tabla 15

Niveles de la calidad del servicios y sus dimensiones



Dentro de las dimensiones de la calidad del servicio se puede distinguir la variación de los resultados, donde se observa que en Bienes tangibles el 57.4% (malo 16.3% + regular 41.1) de los clientes del área de certificaciones de la división de agricultura y pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, lo percibe como regular, seguido de Seguridad con un 45 % (malo 14% + regular 31%) por lo tanto a estas dos dimensiones es donde se le debe poner mayor realce. No obstante, se observa también que en la confiabilidad el 71.3% de los clientes (bueno 55 % + excelente 16.3%) lo percibe como bueno, la responsabilidad el 68.2% (bueno 56.6% + excelente 11.6%) lo percibe como bueno, seguido de la Empatía donde se observa que el 65.2% (bueno 51.2% + 14%) lo percibe como bueno.

IV. Discusión

Sobre el objetivo general de la presente investigación que busca determinar los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 41.9% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (27.9%), mala (14%) y el 58.1% perciben el servicio bueno (43.4%) y excelente (14.7%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguientes conclusiones. En relación a la investigación realizada por Alarcón, Arbulú y otros (2018), en su tesis titulada Calidad en el Servicio en las oficinas de la Región Lima del Banco BBVA continental para el público millennial, podemos indicar que hay concordancia con los resultados ya que llego a la siguiente conclusión que sí existen impactos significativos del método servqual y sus dimensiones sobre la calidad del servicio en el banco BBVA Continental en Lima metropolitana , además arrojo que la calidad del servicio es **alta** en el público millennial, no obstante, se necesitan hacer ajustes y cambios para la mejora de estos indicadores.

Sobre los objetivos específicos de la presente investigación según la dimensión de elementos tangibles que busca determinar los niveles de percepción en los elementos tangibles de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 57.4% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (41.1%), mala (16.3%) y el 42.6% perciben el servicio bueno (21.7%) y excelente (20.9%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguientes conclusiones. En relación a la investigación realizada por Avila y Torres (2016), en su tesis titulada Análisis de la calidad en el servicio de las pymes restauranteras, podemos indicar que hay concordancia con los resultados ya que llego a la siguiente conclusión, que factores como la respuesta, confiabilidad, tangibilidad, empatía y seguridad integran la calidad del servicio siempre y cuando se posea con el conocimiento pertinente y se realicen combinaciones buenas. En ese sentido, el estudio realizado a los siete

restaurantes muestra que las **instalaciones son inadecuadas** gracias a las encuestas realizadas por los clientes.

Sobre los objetivos específicos de la presente investigación según la dimensión de fiabilidad que busca determinar los niveles de percepción en la fiabilidad de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 28.7% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (17.1%), mala (11.6%) y el 42.6% perciben el servicio bueno (55%) y excelente (16.3%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguientes conclusiones. En relación a la investigación realizada por García (2013), en su tesis titulada “Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del centro de salud delicias villa-chorrillos en el periodo Febrero- Mayo 2013”, podemos indicar que no hay concordancia con los resultados ya que determinaron una insatisfacción de 55.24%, en relación a la satisfacción con un 44.76%. La dimensión que mostro mayor satisfacción fue la de seguridad y empatía con un 51.8% y las dimensiones que resultaron con mayor insatisfacción fue responsabilidad con un 60.5%, aspectos tangibles con un 59.6%, fiabilidad con un 58.5%.

Sobre los objetivos específicos de la presente investigación según la dimensión de Capacidad de respuesta que busca determinar los niveles de percepción en la capacidad de respuesta de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 31.8% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (15.5%), mala (16.3%) y el 68.2% perciben el servicio bueno (56.6%) y excelente (11.6%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguientes conclusiones. En relación a la investigación realizada por Acapana Katherine, Aguado Shirley, Ariza Alexandra, Barriga Stephanie, Beraun Stefany, Cabanillas Fabrizio, Roman Moises, Salazar German, Tacilla Milagros, Uribe Zarela, Zambrano Néstor. (2012), en su tesis titulada “Nivel de satisfacción del

usuario externo que se atiende en el Centro de Salud Delicias de Villa-Chorrillos en octubre del 2012”, podemos indicar que no hay concordancia con los resultados ya que determinaron una insatisfacción de 58.2%, en relación a la satisfacción con un 41.8%. La dimensión que mostro mayor satisfacción fue la de seguridad con un 53% y las dimensiones que resultaron con mayor insatisfacción fueron capacidad de respuesta con un 64.67%, aspectos tangibles con un 63.33%, fiabilidad con un 62.53%.

Sobre los objetivos específicos de la presente investigación según la dimensión de Seguridad que busca determinar los niveles de percepción en la seguridad de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 45% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (31%), mala (14%) y el 55% perciben el servicio bueno (46.5%) y excelente (8.5%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguiente conclusión. En relación a la investigación realizada por Truong (2016), en su tesis titulada *Improving logistics service quality in freight-forwarding in Ho Chi Minh City, Vietnam*, podemos indicar que no hay concordancia con los resultados, ya que el aporte de esta tesis en la introducción de conceptos fundamentales ligados a las actividades logísticas en relación con la calidad del servicio. El resultado de esta investigación arrojó que el sistema logístico posee debilidades en factores como la seguridad y confianza.

Sobre los objetivos específicos de la presente investigación según la dimensión de empatía que busca determinar los niveles de percepción de la empatía de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, se evidenció que el 34.9% de los encuestados perciben la calidad del servicio regular (20.2%), mala (14.7%) y el 65.2% perciben el servicio bueno (51.2%) y excelente (14%), Sobre este resultado, investigaciones realizadas en empresas u organizaciones privadas y públicas llegaron a las siguiente conclusión. En relación a la investigación realizada por Acosta, Astudillo y otros (2016), en su tesis titulada “Calidad del

servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana”, podemos indicar que no hay concordancia con los resultados, ya que la investigación concluyó que existe un gran impacto de todas las dimensiones del modelo Servqual en la calidad del servicio en el transporte público moderno en la ciudad de Lima. Son las dimensiones de Fiabilidad y Empatía. Además, concluyó que el transporte urbano moderno de la ciudad de Lima presenta altos niveles de deficiencia debido a que los usuarios encontraron grandes expectativas, sin embargo, la percepción de los resultados no fue la esperada. Se ha demostrado que los clientes tienen diferentes percepciones para todas las dimensiones estudiadas en la empresa pues todas poseen resultados diferentes, Priva una percepción mayor en los elementos tangibles.

V. Conclusiones

Con la presente investigación se demostró que la calidad del servicio es un tema de vital importancia para todas las empresas ya que con los resultados obtenidos excelente (14.7%), bueno (43.4%), regular (27.9%) y malo (14%), la empresa podrá visualizar sus fortalezas y debilidades, y les permitirá tomar decisiones de mejora dando prioridad a los factores más significativos.

Primera

En cuanto a la dimensión de elementos tangibles en la percepción de los clientes, el nivel que tiene mayor puntuación fue regular con 41.1%, mientras que, el nivel con menor puntuación fue malo con 16.3%

Segunda

En cuanto a la dimensión de confiabilidad en la percepción de los clientes, el nivel que tiene mayor puntuación fue bueno con 55%, mientras que, el nivel con menor puntuación fue malo con 11.6%

Tercera

En cuanto a la dimensión de responsabilidad en la percepción de los clientes, el nivel que tiene mayor puntuación fue bueno con 56.6%, mientras que, el nivel con menor puntuación fue excelente con 11.6%

Cuarta

En cuanto a la dimensión de seguridad en la percepción de los clientes, el nivel que tiene mayor puntuación fue bueno con 46.5%, mientras que, el nivel con menor puntuación fue excelente con 8.5%

Quinta

En cuanto a la dimensión de empatía en la percepción de los clientes, el nivel que tiene mayor puntuación fue bueno con 51.2%, mientras que, el nivel con menor puntuación fue excelente con 14%

VI. Recomendaciones

Se recomienda a la Gerencia de la división realizar periódicamente diagnósticos utilizando como herramienta el análisis FODA, con la finalidad de impulsar las dimensiones consideradas dentro de la calidad del servicio; tales como: elementos tangibles; Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía

Primera

Se recomienda poner énfasis en la dimensión de elementos tangibles a través de capacitaciones al cliente con la finalidad de que puedan usar las herramientas virtuales de una manera óptima. Se tiene conocimiento de que la alta gerencia se encuentra en negociaciones con Mall Aventura plaza de Bellavista para el alquiler de oficinas, esto nos permitirá mejorar notablemente la percepción que se tiene de esta dimensión.

Segunda

Se recomienda brindar capacitación constante al personal a fin de que puedan transmitir al cliente una información clara, precisa y adecuada, asimismo comunicar con claridad a las áreas que participan en todo el proceso, desde la inspección, laboratorio – coordinación, atención al cliente y finalmente el área de certificación cuáles son sus roles y responsabilidades.

Tercera

Se recomienda establecer un modelo de gestión que ayude a disminuir los tiempos de espera del cliente, desde la recepción de su solicitud preliminar hasta la emisión final del certificado, de esta manera se podrá brindar una atención eficiente y eficaz.

Cuarta

Se recomienda un trato personalizado enfocándonos en un buen trato humano, asimismo, ofrecer la mejor solución a los posibles inconvenientes que puedan ocurrir a fin que el cliente se sienta valorado e importante, hasta único y especial.

,

VII. Referencias

Acapana Katherine, Aguado Shirley, Ariza Alexandra, Barriga Stephanie, Beraun Stefany, Cabanillas Fabrizio, Roman Moises, Salazar German, Tacilla Milagros, Uribe Zarela, y Zambrano Néstor (2012). Nivel de satisfacción del usuario externo que se atiende en el Centro de Salud Delicias de Villa-Chorrillos en octubre del 2012. (Tesis de maestría) Universidad Ricardo Palma.

Acosta, A; Astudillo, C; García, J; More, J y Valencia,C. (2018). Calidad del servicio en el sector transporte urbano moderno en Lima Metropolitana. Tesis para optar el grado de magíster. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Alarcón, A; Zevallos, E; Arbulú, J; Baca, J y Padilla, P. (2018). Calidad en el servicio en las oficinas de la región Lima del Banco BBVA Continental para el público Millenial. Tesis para optar al grado de magister en dirección de Marketing. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Álvarez, J. (2005). Telemarketing: La red como soporte de marketing y comunicación. España: Ideas propias Editorial S.L.

Ávila, K y Torres, N. (2016). Análisis de la calidad en el servicio de las Pymes restauranteras en Chalco, Estado de México. Tesis para obtener el título de licenciada en Contaduría. Amecameca: Universidad Autónoma del Estado de México.

Barry, T (2010). La Excelencia como Hábito: la calidad no es un objetivo, sino una estrategia. México: Ed. Panorama 1ª ed.

Brenes, y Lizano (2012). Propuesta Estratégica para Mejorar el Grado de Satisfacción de los Usuarios Externos del Servicio de Laboratorio Clínico del Hospital Maximiliano Peralta Jiménez de Cartago.

Bustamante, F. (2012). Opinión de los Familiares sobre la Calidad de Atención de la Enfermera en la Unidad de Oncohematología Pediátrica del H.N.E.R.M

Camacho, C; Holguín, K; Jauregui, C y Rodríguez, F. (2018). Calidad en el servicio al cliente en el sector Educación de maestrías especializadas en Lima Metropolitana. Tesis para obtener el grado de magíster en Marketing. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Crosby, P. (2011). Hablemos de calidad. México: Mcgraw-Hill.

Deming, E. (1986) Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis. Madrid: Díaz de Santos.

Hayes, B. (2006). Cómo medir la satisfacción del cliente. Diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico. Segunda Edición. México: Alfaomega Grupo Editor

García, M. (2013) Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del centro de salud delicias villa-chorrillos en el periodo Febrero-Mayo 2013, (Tesis de maestría) Universidad Ricardo Palma.

Hernández, Fernández y Batista. (2010). Metodología de la investigación. Cuarta Edición. México: McGraw-Hill Interamericana

Juran, J. (2011) Método Juran. Análisis y planeación de la calidad. México: McGraw-Hill

Lizano, I. y Alvarado, O. (2011). Propuesta Estratégica para medir el ausentismo en la Consulta Externa de Especialidades en Hospital México.

Lehman, D; y Winer R. (2009) Administración del Producto. Cuarta Edición.

México: McGraw- Hill Interamericana.

Lehtinen, J., & Lehtinen, U. (1982). Service quality: A study of quality dimensions. Unpublished working paper. Service Management Institute. Helsinki.

Prieto, J. (2014). Gerencia del Servicio: La clave para ganar todos. Tercera Edición. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Qadeer, S. (2013). Service quality & customer satisfaction. A case study in Banking Sector. Gavle, Suecia: University of Gavle.

Rivera, L. (2010). Calidad de la Atención de la Salud. Percepción de los Usuarios en el Hospital Universitario del Valle

Rodríguez, M. y Escobar, R. (2011). Creatividad en el servicio. Una estrategia competitiva para Latinoamérica. México: Editorial Pax.

Romero, P. (2010). Propuestas de mejoras para el Proceso de Atención en Consulta Externa de un Hospital.4

Sánchez, H. y Reyes, M. (1996). Metodología y diseños en la investigación científica. Editorial Mantaro. Perú.

Summers, D. (2009) Administración de la calidad. México: Prince Hall

Tamayo, M. (1999). Metodología formal investigación científica. Distrito Federal, México: Limusa.

Torres, M y Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. Barquisimeto, Venezuela: Compendium, Univesidad Centroccidental Lisandro Alvarado.

Truong, Ly. (2016). Improving logistics services quality in freight-forwarding in Ho Chi Minh City, Vietnam. Helsinki: Helsinki Metropolia University of Applied Sciences.

Wellington, P. (2011). Cómo brindar un servicio integral al cliente. Santa Fe de Bogotá. Colombia: McGraw Hill.

Zeithaml V., Parasuraman A. y Berry L. (2011). Calidad Total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Díaz de Santos.

VIII. Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018

Autora: Mónica Iliana Silva Guevara **Tipo de investigación:** Básica **Diseño:** No experimental, transversal

Problemas	Objetivos	Variables y dimensiones				
Problema general	Objetivo general	Variable 1: Calidad del Servicio				
¿Cuáles son los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, por variables intervinientes, tamaño de empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa, callao 2018?	Determinar los niveles de la calidad del servicio en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, por variables intervinientes, tamaño de empresa, rubro y tiempo de relación con la empresa, callao 2018?	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
		Elementos Tangibles	- Instalaciones físicas - Equipos de última generación - Apariencia del personal - Elementos materiales atractivos.	1,2,3,4	Totalmente en desacuerdo o (1)	Mala (22-24) Regular (45 – 66)
		Fiabilidad	- Cumplen lo prometido - Sincero interés por resolver problemas - Realizan bien el servicio la primera vez - Concluyen el servicio en el tiempo promedio - No se cometen errores	5,6,7,8,9	En desacuerdo o (2)	Buena (67- 88) Excelente (89- 110)
Problema específicos	Objetivo específicos	Capacidad de Respuesta	Comunican cuando concluirán el servicio - Los empleados ofrecen un	10,11,12,		
¿Cuáles son los niveles de	Determinar los niveles de					

<p>percepción de los Elementos Tangibles en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?</p>	<p>percepción en los elementos tangibles de los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018</p>	<p>Seguridad</p>	<p>servicio rápido -Los empleados siempre están dispuestos a ayudar -Horarios de atención acorde disponibilidad del cliente</p>	<p>13, 14,15,16,17</p>	<p>Ni en desacuerdo ni acuerdo (3) De acuerdo (4)</p>		
<p>¿Cuáles son los niveles de percepción de la Fiabilidad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?</p>	<p>Determinar los niveles de percepción de la fiabilidad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018</p>	<p>Empatía</p>	<p>-Comportamiento confiable de los Empleados -Clientes se sienten seguros -Los empleados son amables -Los empleados tienen conocimientos suficientes</p>	<p>18,19,20,21,22</p>	<p>Totalmente de acuerdo (5)</p>		
<p>¿Cuáles son los niveles de percepción en la Capacidad de respuesta en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y</p>	<p>Determinar los niveles de percepción en la capacidad de respuesta en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios</p>		<p>-Ofrecen atención individualizada -Horarios de trabajo convenientes para los clientes -Tienen empleados que ofrecen atención personalizada -Se preocupan por los cliente -Comprenden las necesidades del cliente</p>				

<p>certificación, callao 2018?</p> <p>¿Cuáles son los niveles de percepción de la Seguridad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?</p> <p>¿Cuáles son los niveles de percepción de la empatía en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018?</p>	<p>de ensayos, inspección y certificación, callao 2018</p> <p>Determinar los niveles de percepción de la seguridad en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018</p> <p>.</p> <p>Determinar los niveles de percepción de la empatía en los clientes del área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, callao 2018</p>	
--	---	--

Anexo 2: Matriz de datos

N°	BIENES TANGIBLES				CONFIABILIDAD				RESPONSABILIDAD				SEGURIDAD				EMPATÍA				
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	4	4	4	4	
6	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	
7	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
8	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	
9	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	4	5
11	2	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	2
12	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4
13	5	2	3	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	2	2	2	2	3	2
14	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2
15	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
16	2	4	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	4	2	1	2	2	4	4
17	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5
21	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4
22	5	4	2	4	2	5	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	2	2	3	3
23	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
26	1	2	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	3	4	4
27	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
32	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4

38	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	4	4
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
44	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	1	1	5	4	5	4	4	4	4
45	4	5	2	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3
46	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5
47	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	1	5	5	4	4	4	4	5
48	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3	5	5
49	4	5	2	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3
50	4	5	2	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3
51	4	5	2	4	3	4	2	4	4	3	2	2	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4
52	2	5	1	5	3	4	2	2	3	4	3	1	5	5	5	2	4	2	1	1	1	1
53	5	5	4	5	2	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
54	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5
55	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
58	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	2	4	5	4	4	2	5	2
59	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
60	4	4	2	4	4	4	4	2	1	4	4	1	5	5	4	1	4	4	2	1	1	1
61	2	5	1	5	3	4	2	3	2	3	2	1	5	4	4	1	4	3	4	3	2	2
62	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	2	2	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4
63	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	2	2	3	5	2	4	4
64	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4
65	4	5	4	5	5	1	3	1	1	1	2	2	4	4	1	1	1	2	1	1	4	1
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4
67	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4
68	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	1	4	5	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4
70	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	4	4	5	5
71	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	1	4	5	5	5	4	5	5
72	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	2	4	4	5	4	5	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
74	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	2	3	5	4	4	4	5	5
78	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4

79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
85	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
87	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5
89	2	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	2
90	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4	4
91	5	2	3	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2
92	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2
93	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
94	2	4	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	4	2	1	2	2	2	4	4
95	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
98	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5
99	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4
100	5	4	2	4	2	5	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3
101	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
102	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
104	1	2	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	3	4	4	4
105	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	4
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4
110	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2
115	4	5	2	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3
116	4	5	2	4	3	4	2	4	4	3	2	2	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4
117	2	5	1	5	3	4	2	2	3	4	3	1	5	5	5	2	4	2	1	1	1	1
118	5	5	4	5	2	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
119	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5

120	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
123	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	2	4	5	4	4	2	5	2
124	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
125	4	4	2	4	4	4	4	2	1	4	4	1	5	5	4	1	4	4	2	1	1	1
126	2	5	1	5	3	4	2	3	2	3	2	1	5	4	4	1	4	3	4	3	2	2
127	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	2	2	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4
128	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	2	2	3	5	2	4	4
129	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4

Anexo 3:
Cuestionario Sobre Calidad En El Servicio

INSTRUCCIONES:

Estimado cliente, a continuación se les presenta una lista de preguntas vinculadas a la calidad del servicio que brinda la empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, agradeceremos su apoyo marcando con una (x) los casilleros que usted crea conveniente.

Opciones de respuestas:

Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo = 2 Ni de acuerdo Ni en
desacuerdo = 3 De acuerdo = 4 Totalmente de acuerdo = 5

DIMENSIONES E ITEMS		ESCALAS				
BIENES TANGIBLES		1	2	3	4	5
1	La apariencia de los equipos de la empresa es moderna					
2	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas					
3	La presentación del personal de la empresa es impecable					
4	Los materiales comunicacionales asociados con el servicio de la empresa son visualmente					
CONFIABILIDAD						
5	Cuándo la empresa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple					
6	Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestra sincero interés por resolverlo					
7	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez					
8	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					
9	La empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.					
RESPONSABILIDAD						
10	El personal de la empresa comunica a los clientes cuando concluirá la realización de su servicio					
11	El personal de la empresa brinda el servicio con prontitud a los clientes					
12	El personal de la empresa siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes					
13	El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado como para no atender a un cliente					
SEGURIDAD						
14	El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza					
15	Los clientes se sienten seguros con la atención que reciben de la empresa					
16	El personal de la empresa trata a los clientes siempre con cortesía.					

17	El personal de la empresa cuenta con el conocimiento para responder las consultas de los Clientes.					
EMPATÍA						
18	La empresa le brinda atención individualizada					
19	Los horarios de atención en la empresa son convenientes					
20	La empresa cuenta con trabajadores que le brindan atención personalizada					
21	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes					
22	El personal de la empresa entienden sus necesidades específicas					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 4: Formatos de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Silva Guevara, Mónica Iliana							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Mejía Guerrero, Hans							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSEACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	Instalaciones físicas	La apariencia de los equipos de la empresa es moderna	Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo ni acuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo	/		
		Equipos de última generación	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas		/		
		Apariencia del personal	La presentación del personal de la empresa es impecable		/		
		Elementos materiales atractivos.	Los materiales comunicacionales asociados con el servicio de la empresa son visualmente		/		
	Fiabilidad	Cumplen lo prometido	Cuándo la empresa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple		/		
		Sincero interés por resolver problemas	Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestra sincero interés por resolverlo		/		
		Realizan bien el servicio la primera vez	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez		/		
		Concluyen el servicio en el tiempo promedio	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo		/		
	Capacidad de Respuesta	No se cometen errores	La empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.		/		
		Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de la empresa comunica a los clientes cuando concluirá la realización de su servicio		/		
		Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de la empresa brinda el servicio con prontitud a los clientes		/		
		Los empleados siempre están dispuestos	El personal de la empresa siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes		/		
		Horarios de atención acorde disponibilidad del cliente	El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado como para no atender a un cliente		/		
		Comportamiento confiable de los Empleados	El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza		/		
		Cientes se sienten seguros	Los clientes se sienten seguros con la atención que reciben de la empresa		/		
		Los empleados son amables	El personal de la empresa trata a los clientes siempre con cortesía.		/		
	Seguridad	Los empleados tienen conocimientos suficientes	El personal de la empresa cuenta con el conocimiento para responder las consultas de los Clientes.		/		
		Ofrecen atención individualizada	La empresa le brinda atención individualizada		/		
		Horarios de trabajo convenientes para los clientes	Los horarios de atención en la empresa son convenientes		/		
		Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	La empresa cuenta con trabajadores que le brindan atención personalizada		/		
Empatía	Se preocupan por los cliente	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes	/				
	Comprenden las necesidades del cliente	El personal de la empresa entienden sus necesidades específicas	/				
Firma del experto			Fecha 17 / 12/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018							
Apellidos y nombres del investigador: Silva Guevara, Mónica Iliana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Dios Zarate, Luis							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	Instalaciones físicas	La apariencia de los equipos de la empresa es moderna	Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo ni acuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo	/		
		Equipos de última generación	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas		/		
		Apariencia del personal	La presentación del personal de la empresa es impecable		/		
		Elementos materiales atractivos.	Los materiales comunicacionales asociados con el servicio de la empresa son visualmente		/		
	Fiabilidad	Cumplen lo prometido	Cuándo la empresa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple		/		
		Sincero interés por resolver problemas	Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestra sincero interés por resolverlo		/		
		Realizan bien el servicio la primera vez	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez		/		
		Concluyen el servicio en el tiempo promedio	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo		/		
	Capacidad de Respuesta	No se cometen errores	La empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.		/		
		Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de la empresa comunica a los clientes cuando concluirá la realización de su servicio		/		
		Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de la empresa brinda el servicio con prontitud a los clientes		/		
		Los empleados siempre están dispu	El personal de la empresa siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes		/		
	Seguridad	Horarios de atención acorde disponibilidad del cliente	El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado como para no atender a un cliente		/		
		Comportamiento confiable de los Empleados	El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza		/		
		Cientes se sienten seguros	Los clientes se sienten seguros con la atención que reciben de la empresa		/		
		Los empleados son amables	El personal de la empresa trata a los clientes siempre con cortesía.		/		
	Empatia	Los empleados tienen conocimientos suficientes	El personal de la empresa cuenta con el conocimiento para responder las consultas de los Clientes.		/		
		Ofrecen atención individualizada	La empresa le brinda atención individualizada		/		
		Horarios de trabajo convenientes para los clientes	Los horarios de atención en la empresa son convenientes		/		
		Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	La empresa cuenta con trabajadores que le brindan atención personalizada		/		
		Se preocupan por los cliente	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes	/			
		Comprenden las necesidades del cliente	El personal de la empresa entienden sus necesidades específicas	/			
Firma del experto			Fecha 17 / 12/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018

Apellidos y nombres del investigador: Silva Guevara, Mónica Iliana

Apellidos y nombres del experto: Mg. Castillo Canales, Braulio Antonio

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	Instalaciones físicas	La apariencia de los equipos de la empresa es moderna	Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo ni acuerdo, De acuerdo, Totalmente de acuerdo	/		
		Equipos de última generación	Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas		/		
		Apariencia del personal	La presentación del personal de la empresa es impecable		/		
		Elementos materiales atractivos.	Los materiales comunicacionales asociados con el servicio de la empresa son visualmente		/		
	Fiabilidad	Cumplen lo prometido	Cuándo la empresa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple		/		
		Sincero interés por resolver problemas	Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestra sincero interés por resolverlo		/		
		Realizan bien el servicio la primera vez	La empresa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez		/		
		Concluyen el servicio en el tiempo promedio	La empresa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo		/		
	Capacidad de Respuesta	No se cometen errores	La empresa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios.		/		
		Comunican cuando concluirán el servicio	El personal de la empresa comunica a los clientes cuando concluirá la realización de su servicio		/		
		Los empleados ofrecen un servicio rápido	El personal de la empresa brinda el servicio con prontitud a los clientes		/		
		Los empleados siempre están dispuestos	El personal de la empresa siempre se muestra dispuesto a ayudar a los clientes		/		
	Seguridad	Horarios de atención acorde disponibilidad del cliente	El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado como para no atender a un cliente		/		
		Comportamiento confiable de los Empleados	El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza		/		
		Cientes se sienten seguros	Los clientes se sienten seguros con la atención que reciben de la empresa		/		
		Los empleados son amables	El personal de la empresa trata a los clientes siempre con cortesía.		/		
	Empatia	Los empleados tienen conocimientos suficientes	El personal de la empresa cuenta con el conocimiento para responder las consultas de los Clientes.		/		
		Ofrecen atención individualizada	La empresa le brinda atención individualizada		/		
		Horarios de trabajo convenientes para los clientes	Los horarios de atención en la empresa son convenientes		/		
		Tienen empleados que ofrecen atención personalizada	La empresa cuenta con trabajadores que le brindan atención personalizada		/		
		Se preocupan por los cliente	La empresa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes	/			
		Comprenden las necesidades del cliente	El personal de la empresa entienden sus necesidades específicas	/			
Firma del experto			Fecha 17 / 12/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 14 de 18
--	---	---

Yo, **Hans Mejía Guerrero**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo Sede Callao, revisor de la tesis titulada:

"Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, Inspección y certificación, Callao 2018", del (de la) estudiante **Silva Guevara Monica Iliana**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **13 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El 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.

Callao, 20 de diciembre de 2018



 Mg. Hans Mejía Guerrero
 DNI: 40720573

Ejecutor	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
----------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo **Monica Iliana Silva Guevara**, identificada con **DNI N° 44647897**, egresada de la Escuela Profesional de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, **autorizo (X)**, No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33



 Silva Guevara Monica Iliana,

DNI: 44647897

FECHA: 29 de Marzo del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

feedback studio

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA
Silva Guevara, Mónica Eliana

13%

1. Tema a evaluar 1%

2. Introducción 1%

3. Objetivos 1%

4. Descripción de la empresa 1%

5. Descripción del servicio 1%

6. Descripción de la investigación 1%

7. Descripción de los objetivos 1%

8. Descripción de la metodología 1%

9. Descripción de los resultados 1%

10. Descripción de las conclusiones 1%

11. Bibliografía 1%

12. Anexos 1%

13. Total 13%

14. Comentarios 13%

15. Comentarios 13%

16. Comentarios 13%

17. Comentarios 13%

18. Comentarios 13%

19. Comentarios 13%

20. Comentarios 13%

21. Comentarios 13%

22. Comentarios 13%

23. Comentarios 13%

24. Comentarios 13%

25. Comentarios 13%

26. Comentarios 13%

27. Comentarios 13%

28. Comentarios 13%

29. Comentarios 13%

30. Comentarios 13%

31. Comentarios 13%

32. Comentarios 13%

33. Comentarios 13%

34. Comentarios 13%

35. Comentarios 13%

36. Comentarios 13%

37. Comentarios 13%

38. Comentarios 13%

39. Comentarios 13%

40. Comentarios 13%

41. Comentarios 13%

42. Comentarios 13%

43. Comentarios 13%

44. Comentarios 13%

45. Comentarios 13%

46. Comentarios 13%

47. Comentarios 13%

48. Comentarios 13%

49. Comentarios 13%

50. Comentarios 13%

51. Comentarios 13%

52. Comentarios 13%

53. Comentarios 13%

54. Comentarios 13%

55. Comentarios 13%

56. Comentarios 13%

57. Comentarios 13%

58. Comentarios 13%

59. Comentarios 13%

60. Comentarios 13%

61. Comentarios 13%

62. Comentarios 13%

63. Comentarios 13%

64. Comentarios 13%

65. Comentarios 13%

66. Comentarios 13%

67. Comentarios 13%

68. Comentarios 13%

69. Comentarios 13%

70. Comentarios 13%

71. Comentarios 13%

72. Comentarios 13%

73. Comentarios 13%

74. Comentarios 13%

75. Comentarios 13%

76. Comentarios 13%

77. Comentarios 13%

78. Comentarios 13%

79. Comentarios 13%

80. Comentarios 13%

81. Comentarios 13%

82. Comentarios 13%

83. Comentarios 13%

84. Comentarios 13%

85. Comentarios 13%

86. Comentarios 13%

87. Comentarios 13%

88. Comentarios 13%

89. Comentarios 13%

90. Comentarios 13%

91. Comentarios 13%

92. Comentarios 13%

93. Comentarios 13%

94. Comentarios 13%

95. Comentarios 13%

96. Comentarios 13%

97. Comentarios 13%

98. Comentarios 13%

99. Comentarios 13%

100. Comentarios 13%



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

La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Silva Guevara, Mónica Iliana

INFORME TÍTULADO:

Niveles de calidad del servicio en el área de certificaciones de la división de pesca de una empresa de servicios de ensayos, inspección y certificación, Callao 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 21-12-2018

NOTA O MENCIÓN: 16 Dieciséis



Mg. Rafael Anuro Lopez Landauro