



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO DE SISTEMAS

AUTOR :

Rivera Nizama Kevin Joel (ORCID:0000-0002-5827-0121)

ASESOR

MG. More Valencia Ruben Alexander (ORCID:0000-0002-7496-3702)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

AUDITORIA DE SISTEMAS Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

PIURA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

El siguiente Trabajo está dedicado a mi familia y amistades que hicieron lo posible de alguna u otra manera, apoyándonos incondicionalmente en todo momento, con el único fin de culminar satisfactoriamente este curso y proyecto, la cual fue llevado a cabo con mucho esfuerzo y dedicación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado en mi carrera profesional, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena aprendizajes.

Les doy a gracias a mis padres por haberme brindado el apoyo y los valores esenciales; como también agradezco a mis profesores en general por haber compartido sus conocimientos y experiencias.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. Introducción.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. MARCO METODOLÓGICO.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.1.1. Tipo de la investigación	11
3.1.2. Diseño de la investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.5. Procedimientos	13
3.6. Métodos de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos	14
III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES.....	23
VI. RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS.....	28

Índice de tablas

Tabla 1 Instrumentos de la investigación	13
Tabla 2 Métodos de análisis de datos	14
Tabla 3 Servicio Entrega	15
Tabla 4 Atención recibida.....	16
Tabla 5 Estado de los productos	17
Tabla 6 Servicio de recepción	18

Índice de figuras e ilustraciones

Ilustración 1 Calidad de servicio percibida	8
Ilustración 2 Servicio entrega	15
Ilustración 3 Atención recibida	16
Ilustración 4 Estado de los productos.....	17
Ilustración 5 Servicio de recepción.....	18

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo medir el Nivel de Gestión de Calidad del Servicio de Atención al cliente en el Área de almacén en la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008. Para lograr lo expuesto se determinó una muestra de 84 clientes de la empresa Iguana Services EIRL. A dicha muestra se le aplicó una encuesta. El tipo de investigación realizada es descriptiva. Los resultados fueron analizados e interpretados empleando la estadística descriptiva. Después de haber realizado un análisis minucioso de los resultados obtenidos podemos identificar el nivel de gestión calidad del servicio de atención al cliente en al área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L.

Palabras Claves: Gestión de la calidad, Atención al cliente, Almacén

ABSTRACT

This study aimed to measure the level of Quality Management Customer Service in the Area of stock in the company Iguana Services EIRL using the ISO 9001: 2008. To achieve the above a sample of 84 clients of the company Iguana Services EIRL determined. In this sample was applied to a survey. The research conducted is explanatory experimental. The results were analyzed and interpreted using descriptive statistics. After making a thorough analysis of the results we can identify the level of management quality customer service in the area of company warehouse Iguana Services EIRL.

Keywords: Quality management, Customer service, stock

I. INTRODUCCIÓN

En un mundo tan competitivo para las organizaciones que día a día están en constante lucha por tener participación en el mercado, la calidad del servicio al cliente ha tomado gran importancia, Centurion Espinoza (2019) sostiene que se ha tomado como un referente de diferenciación entre la atención de las empresas. Por ello Vera, y otros (2018) argumenta que el servicio de atención se ha convertido en un pilar de sobrevivencia de muchas organizaciones, conceptualizando como la entrega de acuerdo a las necesidades del cliente, de ciertos elementos para su satisfacción.

Torres Samuel, y otros (2015) menciona que el logro de la satisfacción en el cliente, es como incorporar un activo a la organización, pues existe una alta probabilidad requerir servicios o productos que en esta se brinda, además se dará opiniones favorables con respecto a la empresa, lo que influye directamente en beneficios económicos para la organización. Sin embargo, según Arenal Laza (2019), un cliente insatisfecho, genera un efecto multiplicador en una mayor cantidad de los clientes potenciales, quejándose de los servicios, productos y además de la organización que los brinda, llegando incluso al abandono del mercado. Según Eugenio Escudero (2015) en una investigación de la casa blanca sobre asuntos comerciales, concluyó que un cliente insatisfecho, logra manifestar su insatisfacción 11 veces mientras que un cliente satisfecho solo lo hace una vez, por lo que se deduce que se genera más daño a la organización por un cliente insatisfecho.

Según Eugenio Escudero (2015), el cliente se refiere a la organización o individuo que realiza una compra o requiere de un servicio; esta condición lo hace parte de la institución por ello ante los constantes cambios por la globalización de la economía, ha despertado entre las organizaciones la competencia y ante ello la búsqueda de la excelencia en la organización. Estas tendencias se acentúan en las organizaciones en base a parámetros de calidad, y según Vasallo Saldaña (2016), la calidad es una serie de especificaciones que logran satisfacer a plenitud las necesidades del usuario, por ello todo servicio debe enmarcarse en la búsqueda de satisfacción del cliente.

Iguana Services E.I.R.L (2020) de la zona de Jabonillal - Pariñas está ubicado en el km.23 de la panamericana norte, se dedica a realizar todo tipo de eventos sociales, recreacionales y crianza de animales. El área de almacén; dicha área está encargada de contar con los materiales necesarios para el mantenimiento de la empresa y contar con las condiciones adecuadas para dichos eventos. La problemática se puede describir que no cuenta con un control de los productos que se utilizan y no hay un registro de entradas y salida de los materiales y eso genera demoras y molestias al cliente, no hay una entrega de productos a tiempo, no hay una buena atención al cliente y además existe un alto índice de productos rechazados.

Atendiendo la problemática antes descrita, se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo se evalúa la calidad del servicio de atención al cliente en Área de Almacén de la Empresa Iguana Services E.I.R.L. según el ISO 9001:2008? y como preguntas de investigación se plantean: ¿Cómo se evalúa la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos según el ISO 9001:2008?, ¿Cómo se evalúa la satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio de entregas según el ISO 9001:2008?, ¿Cómo se evalúa la satisfacción del cliente respecto a la atención recibida según el ISO 9001:2008? y ¿Cómo se evalúa la satisfacción del cliente respecto al servicio de recepción según el ISO 9001:2008?.

Se justifica en el contexto social debido a la relevancia del estudio de parámetros para gestionar la calidad con el propósito de lograr la satisfacción del cliente en sus necesidades en la empresa, pues se busca con ello incidir en la atención, para lograr un valor competitivo en la empresa IGUANA SERVICES E.I.R.L, frente a la competencia existente en el rubro, basándose en la ISO 9001:2008 (Espinosa-Espinel, y otros, 2020, p 63). En lo que respecta a la justificación tecnológica, se pretende referenciarse en la ISO, utilizándose tecnología de información para evaluar el nivel de gestión de la calidad en la organización, con el propósito de utilizarse posteriormente en la toma de decisiones. En el aspecto teórico, se justifica porque se utilizó teoría referente a la gestión de la calidad del servicio basado en la atención al cliente, tomando como marco de referencia la 9001:2008, según Rubio Castillo (2017).

En el desarrollo de la investigación se plantea como objetivo general la evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente en la empresa Iguana Services E.I.R.L según el ISO 9001:2008 y como objetivos específicos se plantea: Evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos según el ISO 9001:2008, Evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de entregas según el ISO 9001:2008, Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la Atención recibida según el ISO 9001:2008 y Evaluar la satisfacción el cliente respecto al servicio de recepción según el ISO 9001:2008.

II. MARCO TEÓRICO

Salazar Yépez, y otros (2016) presentó su investigación en la Universidad Nacional de Chimborazo de Ecuador sobre el diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente. El objetivo general es evaluar la percepción de los estudiantes en cuanto a calidad del servicio en los procesos administrativos. El estudio fue de tipo descriptivo. La población estuvo conformada por 7207 estudiantes, con una muestra de 347, de muestreo aleatorio. Entre los resultados tenemos que el 33.6% es indiferente al servicio recibido, 52.5% considera que la calidad del servicio es buena y 13.9% están satisfechos con el servicio. Entre sus conclusiones se considera la existencia de una brecha de la calidad del servicio con el logro de satisfacción del cliente, pues existen defectos de calidad, de las 05 dimensiones de las cuales, solo la tangibilidad es la menor a cero, lo que se traduce que la infraestructura es el menor problema de la calidad del servicio.

Suárez Bazalar (2016), realizó la investigación en el centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao, mediante el modelo SERVQUAL con el objetivo de determinar el nivel de calidad del servicio. La investigación es de tipo descriptiva, revisando situaciones, hechos y características de un objeto de estudio, buscando obtener mejorar el nivel de calidad. La población fue de 14509 alumnos, con una muestra de 374, de muestreo aleatorio. En lo que respecta a los resultados se dimensionó la variable de estudio nivel de calidad expresados en empatía, seguridad, fiabilidad, elementos tangibles y capacidad de respuesta. En cuanto al interés del cliente un 28% está muy de acuerdo, 38% está de acuerdo que presta los servicios en el tiempo especificado, en actitud y disposición un 33% está de acuerdo, 36% está de acuerdo a la rapidez del servicio; seguridad 37% en servicio oportuno, 36% proceso adecuado; Empatía 43% atención personalizada del docente, 37% conveniencia de horarios, 42% atención personalizada administrativa y elementos tangibles, 41% instalaciones y 36% equipos; y en lo referente a satisfacción del cliente interno 41% y 45% satisfacción cliente externo. Se concluye que la capacidad de respuesta tiene 42% de insatisfacción.

Cadena-Badilla, y otros (2016), realizó la investigación en Sonora, México con el objetivo de medir tomando en cuenta a los clientes por Restaurantes, la calidad del servicio que se les proporcionó en un momento determinado. La unidad de análisis la conformaron 935 restaurantes, y la muestra 315 con muestreo aleatorio. Entre sus resultados tenemos que el nivel de significancia de las dimensiones consideradas y el resultado global, tienen valores mayores a 0.05, considerándose que alcanzan el nivel de calidad de buen servicio. En lo referente a un muy buen servicio recibido fue percibido por un 9.92% de mujeres entre 25 y 35 años, 11.8% de varones entre 25 y 45 años. Finalmente en cuanto a un servicio catalogado como regular el 7.44% de mujeres entre 25 y 45 años, 4.7% de varones con menos de 25 años. En cuanto a las conclusiones se tuvo que la dimensión capacidad de respuesta, se correlacionó con la percepción en forma global en cuanto a la calidad del servicio.

Calero Mora (2016), realiza un trabajo de investigación en la Municipalidad Provincial de Huaral, sobre la Gestión administrativa y calidad de los servicios, cuyo objetivo general se enmarco en establecer la relación existente entre la calidad de servicio y la gestión administrativa en dicha institución. La población estuvo conformada por 65 trabajadores, la muestra se consideró a toda la población. Entre sus resultados se tuvo que el 61.54% planifican adecuadamente sus actividades, 64.62% específica que se valora el esfuerzo de sus trabajadores, 69.23% que las instalaciones son idoneas para la prestancia del servicio, 61.54% que se debe capacitar al personal para la presntancia del servicio y 64.62% tienen la percepción que los trámites documentarios en la organización funcionan adecuadamente. Entre sus conclusiones se tiene que la variable calidad de servicio y gestión administrativa tienen una relación complementaria, además que debe haber un compromiso de todos sus colaboradores para llevar en forma adecuada la gestion administrativa.

Esquivel Chañi, y otros (2016) desarrolló un trabajo de investigación, en el distrito de San Sebastián, Cusco en instituciones educativas privadas del nivel inicial, acerca de la calidad de servicio y Gestión administrativa, el objetivo general fue determinar relación existente entre las variables calidad del servicio educativo y gestión administrativa. La población considerada fueron 45

Instituciones Educativas, la muestra consideró a toda la población. En lo que respecta a la variable gestión administrativa tenemos de la dimensión planificación el 73.3% lo considera muy bueno, 17.8% bueno; en la dimensión organización 44.4% lo considera buena, 51.1% muy buena; en la dimensión dirección 22.2% lo considera bueno, 66.7% muy bueno; en la dimensión control 22.2% bueno, 66.7% muy bueno; en cuanto a la variable gestión administrativa el 20% lo considera alto y 75.6% muy alto. En cuanto a calidad de servicio, la dimensión elementos tangibles 44.4% lo considera bueno, 15.6% muy buenos; en la dimensión empatía 33.3% lo considera bueno, 37.8% muy bueno; en la dimensión seguridad 35.6% lo considera buena, 35.6% muy bueno; en la dimensión capacidad de respuesta 28.9% lo considera bueno, 33.3% muy bueno y finalmente fiabilidad 42.2% lo considera bueno, 13.3% muy bueno. Como conclusión se tiene que de las IE privadas consideradas en la investigación, el 28.9% consideran muy bueno el nivel de gestión administrativa.

Ipanaque Camacho (2019) realizó una investigación en el Instituto Telesup en la ciudad de Piura para caracterizar la atención al cliente y la gestión de calidad de servicio. La población estuvo conformada por 06 colaboradores como unidad de análisis de la gestión de la calidad, así como una población infinita para la variable atención al cliente; la muestra para la primera variable fue toda la población, y para la segunda variable se consideró 68 estudiantes. En los resultados en cuanto a la calidad del servicio el 83% indicó que la institución cumple eficaz y eficientemente los planes o programas de estudio, en capacitaciones el 100% han manifestado que siempre se cumple, 67% manifiestan que se ha recibido reconocimiento de acreditación, 50% indican que se tiene lineamientos en los procesos del servicio, 50% opina que la institución siempre tiene estructura de funciones y sistemas de control de calidad bien definidos, 33% opino que siempre tiene los documentos que se necesitan para una eficiente planificación, operación y control de procesos. En conclusiones se determinó que uno de los factores relevantes de la institución es la honestidad que se brinda la información requerida por los estudiantes, el buen trato y la amigabilidad de los colaboradores.

Meza Palacios (2017) realizó una investigación en el rubro bodegas en el distrito de Satipo bajo el enfoque de atención al cliente para la caracterización de la Gestión de calidad en las MYPES del sector, cuyo objetivo fue caracterizar la gestión de calidad en lo que respecta a la atención al cliente en las mencionadas micro empresas. La población estuvo constituida por 57 bodegas, la muestra fueron 50 de ellas por la disponibilidad de brindar información. La tesis de tipo cualitativa, de nivel descriptivo transversal y de diseño no experimental. Los resultados el 50% han definido su plan de negocio, 40% conocen sus competencias, 40% ha realizado una evaluación para mejorar el nivel de servicio, 90% manifiestan que las instalaciones de sus infraestructuras son atractivas, 90% indican que sus productos están bien distribuidos, 90% manifiestan cumplir con lo prometido a sus clientes y el 100% muestra verdadero interés en solucionar un problema manifestado por el cliente. En sus conclusiones se tiene que el 80% desconoce cuales son los alcances de la gestión de la calidad, por lo tanto no han visto la necesidad de definir su visión y misión.

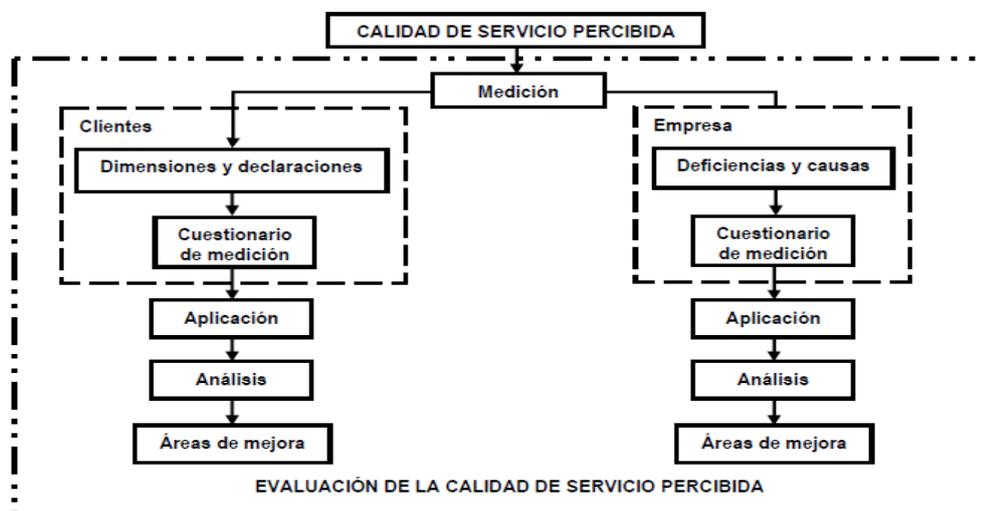
Veloz-Navarrete, y otros (2016) realizó una investigación en empresas hoteleras de segunda categoría sobre la calidad en el servicio. El objetivo es determinar la calidad del servicio de hospedaje, enfocándose en la satisfacción del cliente. La investigación fue de diseño Transeccional – descriptiva, pues se realizó la recolección de datos en un momento predeterminado, para el desarrollo se utilizó las dimensiones de la metodología SERVQUAL. En los resultados en lo que respecta al nivel de satisfacción del usuario, se observó una diferencia de medias en cada uno de los niveles, en lo que respecta a seguridad y tangibilidad fueron uniformes y se logra alcanzar la satisfacción del usuario. En cuanto a la empatía la satisfacción es moderada respecto a las necesidades del usuario, pero en cuanto a confiabilidad y capacidad de respuesta, no se cumple con las expectativas del usuario.

Villacorta Aredo (2019) realizó la investigación en el rubro de restaurantes, en la urbanización los jardines, Trujillo con el propósito de determinar la gestión de la calidad en atención al cliente e implementar un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas. En cuanto al diseño que se empleó en esta investigación fue descriptivo, no experimental y transversal. La población estuvo conformada

por 11 restaurantes, y su información la brindó el Municipio Provincial de Trujillo, por conveniencia se consideró la misma cantidad para la muestra. En los resultados en cuanto al conocimiento del término de gestión de calidad 45% manifestó conocerlo, en cuanto a técnicas para ello el 100% consideraron atención al cliente, el 82% manifiesta no adaptarse a los cambios de gestión de calidad, en cuanto si se alcanza a cumplir el objetivo, el 100% manifestó que sí. En lo que respecta a herramientas para un servicio de calidad el 64% precisa que es la calidad y 36% la confianza, los factores de la calidad que se brinda en el servicio 45% lo considera la atención personalizada y 55% rapidez en la entrega, en la atención al cliente el 27% lo considera malo por personal insuficiente, 73% por una mala organización de los trabajadores y en cuanto a resultados obtenidos por una buena atención de los clientes, el 36% considera por clientes satisfecho, 27% por fidelización de clientes y 36% por incremento de las ventas.

Ysla Panta (2020), en lo que respecta a la medición y evaluación de la calidad de servicio percibida, indica que es necesario su medición en forma cuantitativa, aplicando algún instrumento que permita al empresariado su evaluación y posterior, mejora del mismo. Como se muestra en la ilustración1 se visualiza la calidad de servicio percibida. Mediante este proceso se conoce la situación de la empresa, así como las posibilidades de mejora en cada una de las áreas de la misma.

Ilustración 1 Calidad de servicio percibida



Según Molero, y otros (2015) la calidad de servicio percibida propone para su evaluación la escala SERVQUAL, la misma que considera 05 dimensiones: capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, tangibilidad y empatía). Alburquerque Pulache (2019), considera la calidad de la tangibilidad considerando cuatro declaraciones, estas son: apariencia adecuada de los empleados, instalaciones visualmente atractivas, elementos materiales atractivos y equipamiento moderno. Topalović (2015) precisa que la medición de la calidad de la fiabilidad, se evalúa considerando 05 declaraciones respecto a los empleados: Sincero interés en la solución de los problemas de los clientes, realizar el servicio sin equivocarse, realizar en un tiempo esperado el servicio, realización del servicio sin errores, cumplimiento de las promesas). Bernal Zipa (2015), argumenta que la capacidad de respuesta, se evalúa considerando 04 declaraciones en referencia a los empleados: prestación rápido de los servicios, disposición de ayuda a los clientes, respuesta adecuada ante la inquietud de los clientes y comunicación). Vasallo Saldaña (2016), mide la calidad de la seguridad mediante cuatro declaraciones en referencia a los empleados: servicios que se ofrecen en forma segura, capacitación para absolver preguntas, amabilidad y transmitir confianza). Asimismo, Ariza Ramírez, y otros (2015), en lo que respecta a la empatía considera cinco declaraciones con respecto a los empleados: horarios adecuados y convenientes, atención personalizada, preocuparse por los clientes, atención individual y comprensión de las necesidades de los clientes. Rojas Medina (2017) precisa que, para medir la calidad de servicio percibida por el cliente, es adecuado el cuestionario SERVQUAL revisado. Novokreshchenova, y otros (2016) hacen referencia de la existencia de dos enfoques que se utilizan para la medición de la variable la calidad de servicio percibida: Servperf y Servqual. Según Cajo Ugarte, y otros (2018) la calidad de servicio percibida considera solamente percepción del cliente, y esto no logra satisfacer las expectativas, necesidades en su totalidad. Peña Fajardo (2018) propone que se deben considerar tanto las percepciones de los clientes de SERVPERF, como sus correspondientes expectativas según SERVQUAL. Según Aliaga Garrido (2018) es menester el conocimiento de las expectativas del cliente, el mismo que esta determinado por la percepción, preferencia y

actitud anterior al recibimiento del servicio. Por otra parte, Calla Huanca (2019), es necesario establecer las deficiencias de la organización ante la prestación de un determinado servicio, los mismos que determinan que los clientes perciban baja calidad de un servicio. Peñafiel y otros (2018) determina 04 deficiencias: Deficiencia1, diferencia entre expectativa del cliente y percepción del personal de dirección; Deficiencia2, diferencia entre especificaciones de calidad y percepciones de los directivos; Deficiencia3, diferencia entre el servicio que se entrega y las especificaciones de calidad; Deficiencia4, diferencia existente entre las comunicaciones externas a los clientes y el servicio entregado. Según Medina Chunga (2018) la norma ISO 8402, considera la calidad como el total de rasgos y características de un servicio o producto.

Según Ross (2017), las definiciones se centran en la satisfacción del cliente en cuanto al servicio adquirido o producto consumido, sin embargo, Nole Yacila (2019) menciona que no se está considerando una característica como la ausencia de deficiencias. Según Angulo Campos (2019), argumenta que la calidad, más que una ventaja competitiva, es un requisito de competitividad del mercado actual. Ramos Sernaqué (2020) establece que según Las Normas ISO 9000, es una serie de normas y directrices internacionales que sustentan la implantación de un sistema de gestión de la calidad. Ramírez Gama (2018). Sostiene que la ISO 9001, especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad, los cuales su aplicabilidad es a cualquier empresa u organización, que desea certificar a sus clientes, que proporciona productos que están alineados a sus requerimientos, con el propósito de incrementar su satisfacción. De La Hoz Granadillo, y otros (2017). Finalmente, Scheidta, y otros (2019), sostiene que la ISO 9004, proporciona una guía directriz que considera dentro de sus criterios no solo la eficacia, sino también la eficiencia del sistema de gestión de la calidad.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de la investigación

La investigación es descriptiva, pues se centra en la evaluación de la calidad del servicio de atención del cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L.

Según Hernández Sampieri, y otros (2015), el propósito de un estudio descriptivo consiste en la identificación de la realidad y condiciones determinantes a través de la presentación exacta de los individuos, actividades u objetos.

3.1.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, se limitó la caracterización de las variables en estudio. Las investigaciones, de esta naturaleza se clasifican en transaccionales y longitudinales (Hernández Sampieri, y otros, 2015, p. 87).

G: X.....O

G: Unidades de análisis

X: Calidad del Servicio de Atención al cliente

3.2. Variables y operacionalización

Calidad del Servicio de Atención al cliente

Según Nole Yacila (2019), se considera el conjunto de rasgos y características inherentes a un servicio o producto adquirido, y esta sustentado en la condición de satisfacción de estas por parte del entregador del servicio.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

La población en el actual estudio está conformada por los clientes de la empresa, debido a que ellos nos indicarán la satisfacción del servicio de almacén recibido. La población es de 107 clientes.

3.3.2. Muestra

Como la población es finita de 107 clientes, para conocer la muestra se aplicó la fórmula, para el cálculo del tamaño cuando se desconoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

Z: Nivel de confianza (z=1,96)

p: probabilidad de éxito (p=0,5)

q: probabilidad en fracaso (p=q)

e: error de estimación (5%).

$$n = \frac{107(1,96)^2(0,5)(0,5)}{107(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 83.69$$

$$n = 84 \text{ Clientes}$$

3.3.3. Muestreo

El muestreo es no probabilístico, debido a que la elección de los clientes es de acuerdo a la disposición de los clientes de acuerdo de criterios de tiempo.

3.3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis en el presente estudio la conforman los clientes.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Según Nguyen, y otros (2019), los métodos de recopilación de información son las formas que se emplean para la obtención de la información, tales como el fichaje, entrevista, análisis documental, encuesta entre otros.

3.4.2. Instrumentos

Tabla 1 Instrumentos de la investigación

N°	Indicador	Técnica	Instrumento
1	Satisfacción del estado de productos	Encuesta	Cuestionario de Encuesta 01
2	Satisfacción de Servicio de entregas		
3	Satisfacción de Atención recibida		
4	Satisfacción de Servicio de recepción		

Instrumentos han sido validados por expertos (ver Anexo 3).

3.4.3. Validez

Para establecer como los instrumentos cuantifican las variables, se considerará la validez del constructo y el criterio de experticia de los jueces.

La validez de contenido se realizó mediante la exploración de los indicadores en los documentos en la Institución.

3.5. Procedimientos

- Para el proceso de recolección de datos, la técnica que se utilizó fue la encuesta, y el instrumento para ello fue el cuestionario.
- Previa autorización de la escuela profesional de ingeniería de sistemas de la Universidad Cesar Vallejo, mediante una carta de presentación emitida a la empresa Iguana Services E.I.R.L., donde se solicitó el permiso.
- Se aplicó un cronograma, para aplicación de los cuestionarios.
- Para la aplicación del instrumento se coordinó con los clientes de la institución en mención.
- Posteriormente se recogió la información y realizó su procesamiento mediante el software estadístico SPSS.

3.6. Métodos de análisis de datos

En lo que respecta al análisis de los datos, los resultados fueron organizados mediante tablas estadísticas y gráficos.

Tabla 2 Métodos de análisis de dato

MÉTODO	DESCRIPCIÓN
Análisis estadístico	Para la recolección, análisis e interpretación de datos.
Tabulación	Aplicado a los cuestionarios aplicados.
Análisis descriptivo por frecuencias	Se aplicará para analizar los datos obtenidos en las encuestas y observaciones realizadas a los clientes.

3.7. Aspectos éticos

Se considera los siguientes aspectos éticos:

El investigador se responsabiliza de considerar el cumplimiento serio de la seguridad de la información que fue brindada por la institución, así como la identificación de los individuos que participaron en la investigación

La consideración del marco teórico, apelando a los antecedentes planteados por políticas en el archivo y aplicación de herramientas para ser valorados y efectuadas.

IV. RESULTADOS

4.1 En lo que respecta a evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de entregas según el ISO 9001:2008, se muestra:

Indicador N° 01: Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la calidad de servicio de entrega.

Tabla 3 Servicio Entrega

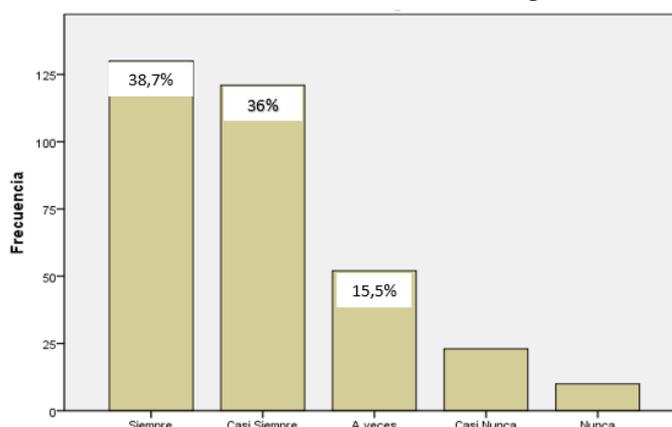
Servicio Entrega				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	130	38,7	38,7	38,7
Casi Siempre	121	36,0	36,0	74,7
A veces	52	15,5	15,5	90,2
Casi Nunca	23	6,8	6,8	97,0
Nunca	10	3,0	3,0	100,0
Total	336	100,0	100,0	

Fuente. Programa SPSS versión 20

Descripción:

En la Tabla N° 03, de los 84 clientes encuestados indicaron que un 38,7% respondieron que siempre dan un buen servicio de entrega y un 36,0% respondieron que casi siempre hay un servicio de entrega. Además, se observa que un 15,5% manifiestan que a veces hay un servicio de entrega. Esto se corrobora en la siguiente imagen.

Ilustración 2 Servicio entrega



Fuente. Programa SPSS versión 20

4.2. En cuanto a evaluar la satisfacción del cliente respecto a la Atención recibida según el ISO 9001:2008

Indicador N° 02: Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la atención recibida.

Tabla 4 Atención recibida

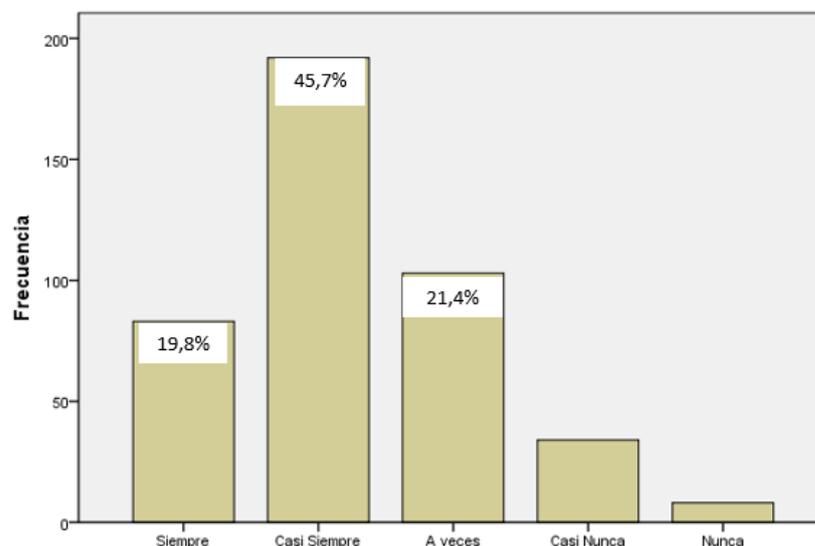
Atención Recibida				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	83	19,8	19,8	19,8
Casi Siempre	192	45,7	45,7	65,5
A veces	103	24,5	24,5	90,0
Casi Nunca	34	8,1	8,1	98,1
Nunca	8	1,9	1,9	100,0
Total	420	100,0	100,0	

Fuente. Programa SPSS versión 20

Descripción:

En la Tabla N° 04, de los 84 clientes encuestados indicaron que un 45,7% respondieron que casi siempre la atención es recibida y un 19,8% respondieron que siempre la atención es recibida. Además, se observa que un 24,5% manifiestan que a veces la atención es recibida. Esto se corrobora en la siguiente imagen.

Ilustración 3 Atención recibida



Fuente. Programa SPSS versión 20

4.3. En lo que respecta a evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos según el ISO 9001:2008

Indicador N° 03: Evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos.

Tabla 5 Estado de los productos

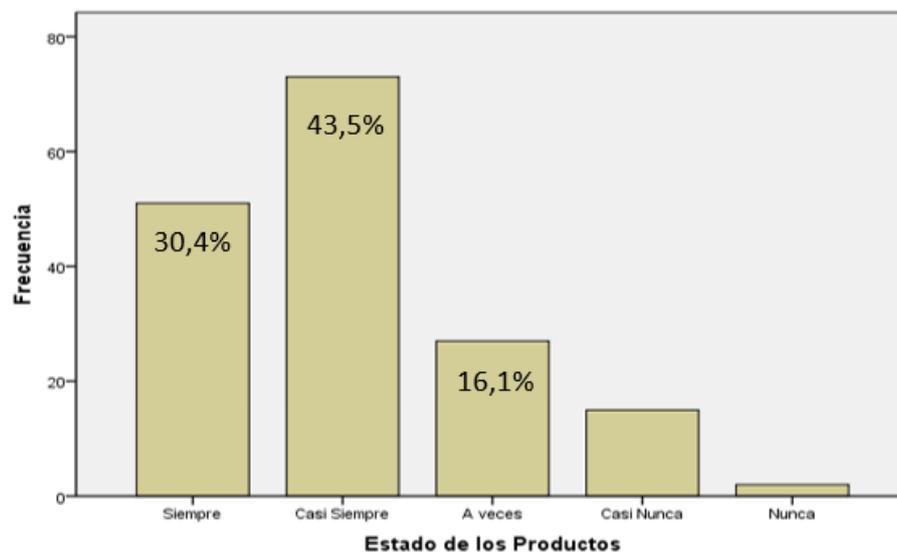
Estado de los Productos				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	51	30,4	30,4	30,4
Casi Siempre	73	43,5	43,5	73,8
A veces	27	16,1	16,1	89,9
Casi Nunca	15	8,9	8,9	98,8
Nunca	2	1,2	1,2	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Fuente. Programa SPSS versión 20

Descripción:

En la Tabla N° 03, De los 84 clientes encuestados indicaron que un 43,5% respondieron que casi siempre el producto está en buen estado y un 30,4% respondieron que siempre el producto está en buen estado. Además, se observa que un 16,1% manifiestan que a veces el producto está en buen estado. Esto se corrobora en la siguiente imagen.

Ilustración 4 Estado de los productos



Fuente. Programa SPSS versión 20

4.4. En lo que respecta a evaluar la satisfacción el cliente respecto al servicio de recepción según el ISO 9001:2008.

Indicador N° 04: Evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de recepción.

Tabla 6 Servicio de recepción

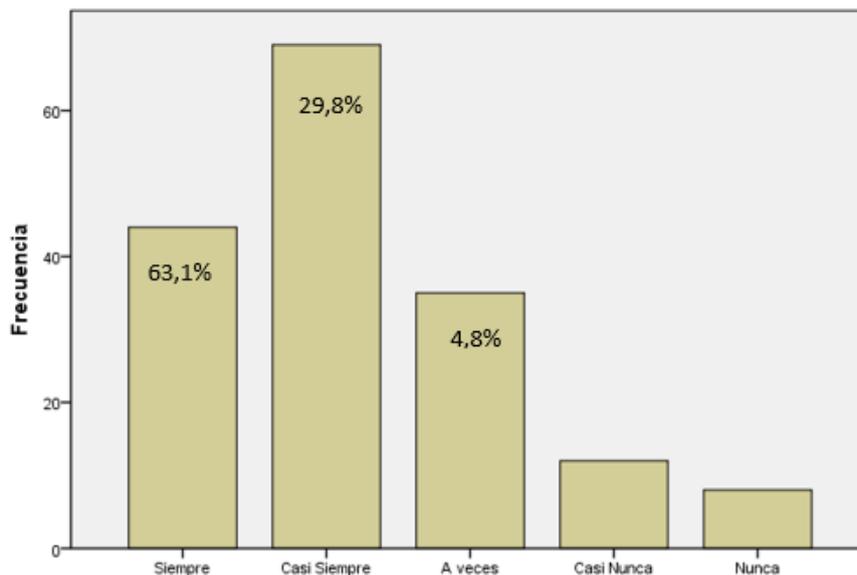
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	44	26,2	26,2	26,2
Casi Siempre	69	41,1	41,1	67,3
A veces	35	20,8	20,8	88,1
Casi Nunca	12	7,1	7,1	95,2
Nunca	8	4,8	4,8	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Fuente. Programa SPSS versión 20

Descripción:

En la Tabla N° 04, de los 84 clientes encuestados indicaron que un 41,1% respondieron que casi siempre hay un buen servicio de recepción y un 26,2% respondieron que siempre hay un servicio de recepción. Además, se observa que un 20,8% manifiestan que a veces hay un buen servicio de recepción. Esto se corrobora en la siguiente imagen.

Ilustración 5 Servicio de recepción



Fuente. Programa SPSS versión 20

V. DISCUSIÓN

En los resultados se obtuvo en cuanto a la satisfacción del cliente respecto al servicio de entregas indicaron un 38.7% que siempre se brinda un buen servicio de entrega y un 36% respondieron que casi siempre hay un servicio de entrega, pero se observa que un 15.5% manifiestan que a veces hay un servicio de entrega, mientras que nunca y casi nunca son un total de 9.8% de la totalidad de los encuestados. En cuanto a la satisfacción del cliente en referencia a la Atención recibida, 19.8% respondieron que siempre es recibida, 45.7% respondieron que casi siempre la atención es recibida y 24.5% indican que siempre la atención es recibida. Asimismo, se observa que un 10% considera que la atención es casi nunca o nunca recibida. En la evaluación de la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos, 30.4% indican que siempre están en buen estado, 43.5% que casi siempre está en buen estado y 16.1 que a veces está en buen estado. Además, se observa que un 10,1% indican que nunca o casi nunca el producto está en buen estado. En la evaluación de la satisfacción el cliente respecto al servicio de recepción 26.2% respondieron que siempre hay un buen servicio de recepción 41.1% respondieron que casi siempre hay un buen servicio de recepción y 20.8% manifiestan que a veces hay un buen servicio de recepción, pero 11.9% indicaron que nunca o casi nunca existe un buen servicio de recepción.

En cuanto a la satisfacción del cliente respecto al servicio de entregas 38.7% indican que siempre se brinda un buen servicio de entrega, 36% respondieron que casi siempre hay un servicio de entrega, 15.5% manifiestan que a veces hay un servicio de entrega, mientras que nunca y casi nunca son un total de 9.8% de la totalidad de los encuestados. Los resultados fueron semejantes a los estudios descritos por Cadena-Badilla, y otros (2016), pues con un nivel de significancia de las dimensiones consideradas y el resultado global, tienen valores mayores a 0.05, alcanzando el nivel de calidad de buen servicio. En cuanto a muy buen servicio recibido fue percibido por un 9.92% de mujeres entre 25 y 35 años, 11.8% de varones entre 25 y 45 años, y en cuanto a un servicio catalogado como regular el 7.44% de mujeres entre 25 y 45 años, 4.7% de varones con menos de 25 años. Asimismo, concuerda con Esquivel Chañi, y otros (2016) en cuanto a la variable calidad de servicio, la dimension elementos tangibles 44.4% lo considera bueno, 15.6% muy buenos; en la

dimensión empatía 33.3% lo considera bueno, 37.8% muy bueno; en la dimensión seguridad 35.6% lo considera buena, 35.6% muy bueno; en la dimensión capacidad de respuesta 28.9% lo considera bueno, 33.3% muy bueno y finalmente fiabilidad 42.2% lo considera bueno, 13.3% muy bueno.

En cuanto a la satisfacción del cliente, en cuanto a la atención recibida, 19.8% respondieron que siempre es recibida, 45.7% respondieron que casi siempre la atención es recibida y 24.5% indican que siempre la atención es recibida. Asimismo, se observa que un 10% considera que la atención es casi nunca o nunca recibida. Los resultados fueron semejantes a los estudios descritos por Ipanaque Camacho (2019) en cuanto a la calidad del servicio el 83% indicó que la institución cumple eficaz y eficientemente los planes o programas de estudio, en capacitaciones el 100% han manifestado que siempre se cumple, 67% manifiestan que se ha recibido reconocimiento de acreditación, 50% indican que se tiene lineamientos en los procesos del servicio, 50% opina que la institución siempre tiene estructura de funciones y sistemas de control de calidad bien definidos, 33% opino que siempre tiene los documentos que se necesitan para una eficiente planificación, operación y control de procesos. También esta de acuerdo a los resultados encontrados por Villacorta Aredo (2019) en cuanto al conocimiento del término de gestión de calidad 45% manifestó conocerlo, en cuanto a técnicas para ello el 100% consideraron atención al cliente, el 82% manifiesta no adaptarse a los cambios de gestión de calidad, en cuanto si se alcanza a cumplir el objetivo, el 100% manifestó que sí. En lo que respecta a herramientas para un servicio de calidad el 64% precisa que es la calidad y 36% la confianza, los factores de la calidad en el servicio brindado 45% lo considera la atención personalizada y 55% rapidez en la entrega, en la atención al cliente el 27% lo considera malo por personal insuficiente, 73% por una mala organización de los trabajadores y en cuanto a resultados obtenidos por una buena atención de los clientes, el 36% considera por clientes satisfecho, 27% por fidelización de clientes y 36% por incremento de las ventas.

En la evaluación de la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos, 30.4% indican que siempre están en buen estado, 43,5% que casi siempre está en buen estado y 16.1 que a veces está en buen estado. Además,

se observa que un 10,1% indican que nunca o casi nunca el producto está en buen estado. Los resultados fueron semejantes a los estudios descritos por Veloz-Navarrete, y otros (2016) en lo que respecta al nivel de satisfacción del usuario, se observa una diferencia de medias en cada uno de los niveles, en lo que respecta a seguridad y tangibilidad fueron uniformes y se logra alcanzar la satisfacción del usuario. En cuanto a la empatía la satisfacción es moderada respecto a las necesidades del usuario, pero en cuanto a confiabilidad y capacidad de respuesta, no se cumple con las expectativas del usuario. En las conclusiones los turistas evalúan el servicio integral, por lo que se entiende que las actividades ligadas directamente a esta entregan una percepción global del servicio. Asimismo se alinea a Suárez Bazalar (2016), en el nivel de calidad expresados en empatía, elementos tangibles, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta. En cuanto a interés por el cliente un 28% esta muy de acuerdo, 38% esta de acuerdo que presta los servicios en el tiempo especificado, en actitud y disposición un 33% esta de acuerdo, 36% esta de acuerdo a la rapidez del servicio; seguridad 37% en servicio oportuno, 36% proceso adecuado; Empatía 43% atención personalizada del docente, 37% conveniencia de horarios, 42% atención personalizada administrativa y elementos tangibles, 41% instalaciones y 36% equipos; satisfacción del cliente 41% satisfacción del cliente interno y 45% de satisfacción del cliente externo. Pero difieren de los resultados encontrados por Salazar Yépez, y otros (2016), los resultados que se tiene, con respecto a la calidad del servicio, el 33.6% es indiferente al servicio recibido, 52.5% lo considera bueno y el 13.9% esta satisfecho. En las dimensiones de tangibilidad 70.6% esta satisfecho, fiabilidad 65.4%, capacidad de respuesta 64.25%, seguridad 65.92%, empatía 64.72%.

En la evaluación de la satisfacción el cliente respecto al servicio de recepción 26,2% respondieron que siempre hay un buen servicio de recepción 41,1% respondieron que casi siempre hay un buen servicio de recepción y 20,8% manifiestan que a veces hay un buen servicio de recepción, pero 11.9% indicaron que nunca o casi nunca existe un buen servicio de recepción. Los resultados fueron semejantes a los estudios descritos por Salazar Yépez, y otros (2016) Entre los resultados tenemos que el 33.6% es indiferente al servicio recibido, 52.5% considera buena la calidad del servicio y 13.9% de satisfacción con el servicio, de las 05 dimensiones solo la tangibilidad es la

menor a cero, lo que se traduce que la infraestructura es el menor problema de la calidad del servicio. La dimensión menos valorada es la capacidad de respuesta, lo cual implica que el servicio es lento y no es oportuno, creando insatisfacción de los clientes. En cuanto al nivel de satisfacción 70.6% corresponde a la dimensión de tangibilidad, 65.4% es a la dimensión fiabilidad, 64.25% a la capacidad de respuesta, 65.92% de seguridad y 64.72% con respecto a empatía. Finalmente se alinea a los resultados encontrados por Meza Palacios (2017), los resultados el 50% han definido su plan de negocio, 40% conocen sus competencias, 40% ha realizado una evaluación para mejorar el nivel de servicio, 90% manifiestan que las instalaciones de sus infraestructuras son atractivas, 90% indican que sus productos están bien distribuidos, 90% manifiestan cumplir con lo prometido a sus clientes y el 100% muestra verdadero interés en solucionar un problema manifestado por el cliente.

VI. CONCLUSIONES

Del análisis estadístico de los datos en cunato a la evaluación de la Calidad del Servicio de Atención del Cliente en el Área de Almacén de la empresa Iguana Services EIRL, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se lograron cumplir todos los objetivos de esta investigación por indicadores evaluando la satisfacción respecto a la Calidad del Servicio de Entregas, Satisfacción en atención recibida, Satisfacción respecto al estado de los productos y Satisfacción respecto al servicio de recepción.
- Para el Servicio de Entrega un 38,7% de clientes que se sienten satisfechos con el mismo, pero observamos que un 15,5% manifestaron que están en desacuerdo y esto se debe según lo observado que no hay una exactitud de información de los detalles acerca de la entrega y además que no llegan a tiempo .
- Para la Atención Recibida un 45,7% de clientes que se sienten satisfechos con el mismo, pero nos manifiesta que un 24,5% están en desacuerdo con la atención recibida porque dado a ello se encuentra que el personal tiene diferentes tipos de trato con los clientes generando quejas muchas veces no aceptadas y por ende haciendo que la empresa pierda prestigio y pérdida de clientela.
- Para el Estado de los Productos un 43,5% de clientes se sienten satisfechos con el mismo, Pero hay un 16,6% que no se sienten satisfechos con el estado del producto, ya que en algunas veces los clientes no se sienten contentos por el mal estado de productos recibidos por ejemplo: telas rotas, sillas en mal estado y así sucesivamente perdiendo la conformidad del producto.
- Para el Servicio de Recepción un 41,1% de clientes que se sienten satisfechos con el mismo, pero observamos que un 20,8% de los clientes están en desacuerdo con el servicio de recepción ya que no les parece conveniente devolver un producto de la empresa en mal estado en el momento de la recepción de los productos supervisados.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar mecanismos que permitan generar información inmediata y precisa como también mejorar la puntualidad de entrega.
- Se recomienda implementar un servicio de atención para la gestión de las quejas y también capacitación del personal respecto a la atención brindada.
- Para futuras investigaciones respecto al estado de los productos se debe implementar un plan de mantenimiento de los productos proporcionando un sistema de embalaje o protección del producto para que llegue en óptimas condiciones. Así mismo lograr que el producto satisfaga las expectativas del cliente adquiriendo productos de acorde a los requerimientos del cliente obtenidos mediante encuestas.
- Se recomienda implementar mecanismos que permitan mejorar a la calidad del servicio de recepción, basados en el ISO 9001:2008.
- Se recomienda concientizar a los gerentes de la importancia que tiene la calidad del servicio y como el ISO 9001:2008 aportaría en mejorar la calidad mediante sus principios y recomendaciones.
- Para futuras investigaciones se recomienda que después de la evaluación se implemente mecanismos basados en el ISO 9001:2008 que ayuden a la gestión de la calidad del servicio en las organizaciones.

REFERENCIAS

1. Alburqueque Pulache, Tomas Junior. 2019. Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque del servicio de atención al cliente en la empresa servicios generales car doctor automotriz S.A.C. del distrito de Sullana año 2018. Sullana, Piura : s.n.
2. Aliaga Garrido, Jesus Euler. 2018. Gestión de calidad bajo en enfoque de atención al cliente de las MYPES del sector comercio, rubro boticas del distrito de Manantay.
3. Angulo Campos, Anthoni. 2019. *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018*. Iquitos : s.n.
4. Arenal Laza, Carmen. 2019. *Calidad en la prestación del servicio de atención al cliente/ consumidor/usuario*. s.l. : Editorial Tutor Formación, 2019. 978-84-17943-38-7.
5. Ariza Ramirez, Francisco Javier y Ariza Ramirez, Juan Manuel. 2015. *Informe y atención al cliente*. s.l. : Ma Graw Hill.
6. Bernal Zipa, Mónica María. 2015. *Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente*. s.l. : Universidad Militar Nueva Granada.
7. Bueno Martinez, Miceli Paola. 2019. *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016*.
8. Cadena-Badilla, Jesús Martín, y otros. 2016. *Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México*. Carabobo, Venezuela : s.n.
9. Cajo Ugarte, Eva Milagros y Laura Ramires, Thalía Odaliz. 2018. *Gestión de calidad y su influencia en el servicio de atención al cliente en claro Perú Lima ,2017*. Lima, Perú : s.n.
10. Calero Mora, Janeth del Pilar. 2016. *Gestión administrativa y calidad de los servicios en la Municipalidad Provincial de Huaral en el año 2015*. Huacho-Perú : s.n.
11. Calla Huanca, Karin Sugei. 2019. *Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca- 2019*. Juliaca, Perú : s.n.
12. Centurion Espinoza, Lenin Javier. 2019. *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes a partir de la revisión sistemática de 15 artículos, dados en los años 2006 y 2017*. Cajamarca- Perú : Universidad Privada del Norte.
13. Cruz Jaramillo, Melisa Yadira. 2020. *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el distrito de Moro, 2018*.
14. De La Hoz Granadillo, Efraín, Lopez Polo, Ludys y Perez Coronell, Leidy. 2017. *Modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría*.
15. Espinosa-Espinel, Joyce Denise y Parra-Ferí, Cecilia. 2020. *Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda*. s.l. : Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
16. Esquivel Chañi, Nancy y Huamani Quispe, Delcy eveling. 2016. *Gestión administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas*

- privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015.* Cusco Perú., : s.n.
17. Esteban Nieto, Nicomedes Teodoro. 2015. *Tipos de Investigación.*
 18. Eugenio Escudero, María. 2015. *Servicios de atención comercial.* s.l. : Editex.
 19. Hernández Sampieri, Roberto y Mendoza Torres, Christian Paulina. 2018. *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México : McGRAW-HILL.
 20. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, María del Pilar. 2015. *Metodología de la Investigación.* México : Mc Graw Hill. ISBN: 978-1-4562-2396-0.
 21. Iguana Services EIRL. 2020. Iguana Services EIRL. *Iguana Services EIRL.* [En línea] 2020. <https://www.facebook.com/iguanaserviceseirl/>.
 22. Ipanaque Camacho, Teresa Gabriela. 2019. *Caracterización de la gestión de calidad de servicio y atención al cliente del instituto Telesup en la ciudad de Piura año 2018.* Sullana, Perú : s.n.
 23. Lopez Rondoy, Evelyn Tatiana. 2019. *Gestión de calidad y atención al cliente de los hospedajes del distrito de Sullana, año 2019.* Sullana, Piura : s.n.
 24. Medina Chunga, Mary Estefany. 2018. *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del distrito de Vice – Sechura año 2018.* Sechura, Piura : s.n..
 25. Meza Palacios, Fiorella Noemi. 2017. *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017.* SATIPO – PERÚ : s.n.
 26. Molero, Tania, y otros. 2015. *Gestión de la calidad de atención en laboratorios clínicos de hospitales públicos en Maracaibo Venezuela.* Venezuela : s.n.
 27. Nguyen, Thi Le Ha y Nagase, Keisuke. 2019. *The influence of total quality management on customer satisfaction.*
 28. Nole Yacila, Sandra Lucia. 2019. *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del negocio ortiz del distrito de Sullana, año 2018.* Sullana, Piura : s.n..
 29. Novokreshchenova, Natalia A., Novokreshchenova, O. A. y Terehin, S. E. 2016. *Improving bank's customer service on the basis of quality management tools.* s.l. : University of Piraeus. International Strategic Management Association.
 30. Peñafiel, Sandra Huilcapi y Lulluna Dahuas, Wilson Alejandro. 2018. *la Gestión administrativa del distrito 15d02 el Chaco-quijos salud y su incidencia en la calidad del servicio de atención al cliente en el período 2015.*
 31. Peña Fajardo, Tamaris Jazmín. 2018. *Diagnóstico de la calidad de los servicios y atención al cliente de la Cevichería Pepe 3.*
 32. Ramirez Gama, Karla Livis. 2018. *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, venta de repuestos para motocicletas, distrito de Yarinacocha, año 2018.* Yarinacocha, Perú : s.n..
 33. Ramos Sernaqué, Rafael Jhonatan. 2020. *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías del distrito La Prena piura, año 2020.* La Arena, Piura : s.n..

34. Reymundo Carreño, Carlita Mariela. 2020. *Gestión de calidad y atención al cliente en la cevichería Ingrid, distrito de Sullana, año 2018*. Sullana, Piura : s.n..
35. Rojas Medina, Luis Jhonatan. 2017. *Implementación de un sistema CRM para la mejora en la gestión de atención al cliente para una empresa del sector servicios*. Lima, Perú : s.n..
36. Ross, Joel E. 2017. *Total Quality Management: Text, Cases, and Readings. Third Edition*.
37. Rubio Castillo, Robert Simón. 2017. *La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016*. Chimbote : s.n..
38. Salazar Yépez, Wilfrido y Cabrera-VALLEJO, Mario. 2016. *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador*.
39. Scheidta, Scott y Chung, Q.B. 2019. *Making a case for speech analytics to improve customer service quality: Vision, implementation, and evaluation*.
40. —. 2019. *Making a case for speech analytics to improve customer service quality: Vision, implementation, and evaluation*.
41. Suárez BAZAIAr, Raúl. 2016. *Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao*. Lima, Perú : Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
42. Topalović, Snežana. 2015. *The Implementation of Total Quality Management in Order to Improve Production Performance and Enhancing the Level of Customer Satisfaction*. s.l. : ELSEVIER.
43. Torres Samuel, Maritza y Vásquez Stanescu, Carmen Luisa. 2015. *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis*. s.l. : Revista Científica Compendium.
44. Vasallo Saldaña, Tania. 2016. *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote : s.n..
45. Veloz-Navarrete, Carlos y Vasco-Vasco, Jorge. 2016. *Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría*. s.l. : Revista Ciencia UNEMI. 1390-4272.
46. Vera, Jorge y Trujillo, Andrea. 2018. *El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México*. México : Tecnológico de Monterrey, EGADE Business School.
47. Villacorta Aredo, Hilder Ever. 2019. *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018*. Trujillo-Perú : s.n..
48. Ysla Panta, Tatiana Milagros. 2020. *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mYPES del sector servicio-rubro lavandería de ropa, urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018*. Lima, Perú : s.n..

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Evaluar la Calidad del Servicio de Atención al cliente según el ISO 9001:2008.	Evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de entregas.	Recolección de información mediante el uso del cuestionario (Evaluación de satisfacción del cliente)	Servicio de entrega	Ordinal
	Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la atención recibida.	Recolección de información mediante el uso del cuestionario (Evaluación de satisfacción del cliente)	Atención recibida.	Ordinal
	Evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos.	Recolección de información mediante el uso del cuestionario (Evaluación de satisfacción del cliente)	Estado de productos.	Ordinal
	Evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de recepción.	Recolección de información mediante el uso del cuestionario (Evaluación de satisfacción del cliente)	Servicio de recepción.	Ordinal

Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos

Grado de Satisfacción del Cliente

Cuestionario dirigido al cliente de la empresa.

Objetivo: Evaluar la satisfacción del cliente con respecto al servicio de atención del área de almacén.

Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio de entregas	01-¿Recibió usted la información necesaria acerca de la entrega?
	02-¿La entrega realizada es puntual?
	03-¿Cree usted que la empresa proveedora supervisa la entrega?
	04-¿La entrega incluye movilidad?
Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la atención recibida.	05-¿El trato recibido en la atención es apropiado?
	06-¿La atención es inmediata?
	07-¿Usted recibe la información adecuada al ser atendido?
	08-¿Las quejas que usted realiza son atendidas?
	09-¿El personal que lo atendió es calificado?
Evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos.	10-¿La empresa registra la conformidad del estado del producto?
	11-¿El producto satisface sus expectativas?
Evaluar la satisfacción respecto al servicio de recepción	12-¿La empresa realiza supervisión de la recepción?
	13-¿La empresa proporciona información de la recepción?

Grado de Satisfacción del Cliente

Cuestionario dirigido al cliente de la empresa.

Objetivo: Evaluar la satisfacción del cliente con respecto al servicio de atención del Área de Almacén.

Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio de entregas.	01- ¿Recibió usted la información necesaria acerca de la entrega? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	02- ¿La entrega realizada es puntual? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	03- ¿Cree usted que la empresa proveedora supervisa la entrega? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	04- ¿La entrega incluye movilidad? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
Evaluar la satisfacción del cliente respecto a la atención recibida.	05- ¿El trato recibido en la atención es apropiado? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	06- ¿La atención es inmediata? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	07- ¿Usted recibe la información adecuada al ser atendido? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	08- ¿Las quejas que usted realiza son atendidas? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	09- ¿El personal que lo atendió es calificado? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

Evaluar la satisfacción del cliente respecto al estado de los productos.	10- ¿La empresa registra la conformidad del estado del producto? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	11- ¿El producto satisface sus expectativas? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
Evaluar la satisfacción del cliente respecto al servicio de recepción.	12- ¿La empresa realiza supervisión de la recepción? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca
	13- ¿La empresa proporciona información de la recepción? a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

Validez de contenido del cuestionario sobre Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Estimado(a) Ingeniero/Maestro/Doctor:

Jaime L. Madrid Casaviego

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación entre el nivel de satisfacción respecto a la calidad de servicio de entregas, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y a la calidad de servicio de recepción en la empresa Iguana Services E.I.R.L

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

A. Información sobre el especialista

Sexo : Varón (X) Mujer ()
Edad : ...45... Años
Profesión o especialidad : ...Ingeniero de Sistemas.....
Años de experiencia laboral : ...25 años.....
No. ID. Colegio Profesional : ...116476.....

B. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Medir el nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén. Satisfacción respecto a la calidad del servicio de entrega, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y respecto a la calidad del servicio de recepción, con estos 4 indicadores vamos a medir la satisfacción del cliente.

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y fiabilidad

Yo Jaime L. Madrid Casariego, especialista en Ingeniería de Sistemas, ostento el grado de Ingeniero de Sistemas y ejerzo la carrera profesional en Ingeniería de Sistemas VALIDO el instrumento denominado Medición del nivel de Satisfacción al cliente, el mismo que consta de la Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Fecha



Jaime L. Madrid Casariego
ING. DE SISTEMAS
R. CIP 116476

Validez de contenido del cuestionario sobre Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Estimado(a) Ingeniero/Maestro/Doctor:

Edwin A. Saavedra Navarro.

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación entre el nivel de satisfacción respecto a la calidad de servicio de entregas, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y a la calidad de servicio de recepción en la empresa Iguana Services E.I.R.L

A continuación presento una lista de afirmaciones (items) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

A. Información sobre el especialista

Sexo : Varón (X) Mujer ()
Edad : 33 Años
Profesión o especialidad : Ingeniero Informático
Años de experiencia laboral : 10 Años
No. ID. Colegio Profesional : 14.0756

B. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Medir el nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén. Satisfacción respecto a la calidad del servicio de entrega, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y respecto a la calidad del servicio de recepción, con estos 4 indicadores vamos a medir la satisfacción del cliente.

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y fiabilidad

Yo Edwin A. Saavedra Navarro, especialista en Ingeniería de Sistemas, ostento el grado de Maestro en Sistemas y ejerzo la carrera profesional en Ingeniería de Sistemas VALIDO el instrumento denominado Medir el Nivel de Satisfacción al Cliente, el mismo que consta de la Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Fecha 29/10/2014



Edwin A. Saavedra Navarro
MSC. ING. INFORMÁTICO
CIP. 140756

Firma y pos firma

Validez de contenido del cuestionario sobre Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Estimado(a) Ingeniero/Maestro/Doctor:

Anthony Tovar Ramos

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación entre el nivel de satisfacción respecto a la calidad de servicio de entregas, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y a la calidad de servicio de recepción en la empresa Iguana Services E.I.R.L.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

A. Información sobre el especialista

Sexo : Varón (X) Mujer ()
Edad : 34 Años
Profesión o especialidad : Ing. En. Matem.
Años de experiencia laboral : 8 años
No. ID. Colegio Profesional : 90956

B. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Medir el nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén. Satisfacción respecto a la calidad del servicio de entrega, respecto a la atención recibida, respecto al estado de los productos y respecto a la calidad del servicio de recepción, con estos 4 indicadores vamos a medir la satisfacción del cliente.

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y fiabilidad

Yo Anthony Tavera Ramos, especialista en System, ostento el grado de Magister y ejerzo la carrera profesional en Univ. S. C. del Cesar Vallejo el instrumento denominado Medición del Nivel de Satisfacción VALIDO el mismo que consta de la Medición del nivel de gestión de calidad del servicio de atención al cliente en el área de almacén de la empresa Iguana Services E.I.R.L usando el ISO 9001:2008.

Fecha 29/10/2014



Anthony Paul Tavera Ramos
INGENIERO INFORMATICO
Reg. del Colegio de Ingenieros N° 90956
Firma y pos firma



Iguana Services E.I.R.L.
Dirección: Jabonillal Pariñas Km-23 s/n
Ruc: 20526182589
Teléfono: 961514645

Talara, 15 de noviembre del 2014.

Carta validez

Yo GILBERTO GUSTAVO SALAZAR GUZMÁN identificado con DNI 03896950 Gerente General de la empresa IGUANA SERVICES E.I.R.L certifico que el Sr. **Kevin Joel Rivera Nizama**, alumno de la Escuela de Ingeniería de sistemas, de la Institución Universitaria Cesar Vallejo Filial – Piura, ha realizado el desarrollo de su investigación referido, **MEDICIÓN DEL NIVEL DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE** en el presente año.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente.


Iguana Services E.I.R.L.
Gustavo Salazar Guzmán
GILBERTO GUSTAVO SALAZAR GUZMAN
Gerente General
Iguana Services E.I.R.L



Iguana Services E.I.R.L.
Dirección: Jabonillal Pariñas Km-23 s/n
Ruc: 20526182589
Teléfono: 961514645

Talara, 16 de noviembre del 2014.

Carta validez

Yo GILBERTO GUSTAVO SALAZAR GUZMÁN identificado con DNI 03896950 Gerente General de la empresa IGUANA SERVICES E.I.R.L certifico que el Sr. **Kevin Joel Rivera Nizama**, alumno de la Escuela de Ingeniería de sistemas, de la Institución Universitaria Cesar Vallejo Filial - Piura, realizó el cuestionario para medir sus indicadores respecto a la satisfacción del cliente para su investigación referido, **MEDICIÓN DEL NIVEL DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE** en el presente año.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente.


Iguana Services E.I.R.L.
Gustavo Salazar Guzmán
ADMINISTRADOR

GILBERTO GUSTAVO SALAZAR GUZMAN
Gerente General
Iguana Services E.I.R.L

Anexo 05: Evidencias fotográficas.

