

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



TITULO

**CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN
Y ALQUILER DE MAQUINARIAS “C & L CONTRATISTAS GENERALES SAC”,
2017.**

**INFORME DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

AUTORES:

**CAMINO GUTIÉRREZ. KEVIN ALBERTO.
RENGIFO PEZO, JUAN JOSÉ.**

ASESOR:

MG. SUSANA DÍAZ MAZABEL

TRUJILLO – PERÚ, 2017

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM

Gran Canciller y Fundador

Dr. P. Juan José Lydon McHugh

Rector

Dra. Sandra Mónica Olano Bracamonte

Vicerrectora Académica

Dr. Alcibíades Helí Miranda Chávez

Director del Instituto de Investigación

Mons. Ricardo Exequiel Angulo Bazauri

Sub Gerente General

Ing. Marco Dávila Cabrejos

Gerente de Administración y Finanzas

Mg. José Andrés Cruzado Albarrán

Secretario General

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz

Decano de la facultad de ciencias administrativas y económicas

APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo, Mg. Susana Díaz Mazabel, en calidad de asesora del trabajo de investigación “Calidad de servicio al cliente en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC, 2017” desarrollado por los Brs. Juan José Rengifo Pezo y Kevin Alberto Camino Gutiérrez egresados de la carrera de Administración y Finanzas, considero que dicha investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y responde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto VI y en el normativo para la presentación de trabajos de investigación para la obtención del título profesional en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

Trujillo, 06 de Octubre del 2017



Mg. Susana Díaz Mazabel

Asesora

DECLARACIÓN DE LEGITIMIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, Juan José Rengifo Pezo con DNI: 46535737 y Kevin Alberto Camino Gutiérrez con DNI: 47654867, egresados de la carrera de Administración y Finanzas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, damos fe de que hemos seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, para la elaboración y sustentación de la tesis titulada “Calidad de servicio al cliente en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC, 2017”

Dejamos constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaramos bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido y desarrollo del trabajo de investigación antes mencionado corresponde a nuestra autoría. Así mismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de citas de autores, lo cual es de nuestra entera responsabilidad

Los autores



Juan José Rengifo Pezo

DNI: 46535737



Kevin Alberto Camino Gutiérrez

DNI: 47654867



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

ACTA DE EVALUACIÓN DE TITULACIÓN PROFESIONAL POR PRESENTACIÓN, SUSTENTACIÓN Y APROBACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Trujillo, a los 12 días del mes de Octubre del 2017, siendo las 08:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Para evaluar el Examen de Titulación Profesional de Licenciado(a) en

ADMINISTRACIÓN Y
FINANZAS

(Indicar la Carrera Profesional)

Especialidad: _____

(De ser el caso)

Mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de (l) (la)

Bachiller: CAMINO GUTIÉRREZ, Kevin Alberto

(Apellidos y Nombres)

Quien desarrolló el o la Tesis Titulada:

Calidad de Servicio al Cliente en la empresa de
Construcción y alquiler de maquinarias C & L
Contratistas Generales SAC, 2017.

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO por APROBADO
(Aprobado o desaprobado= menos de 14) (En caso de ser aprobado: Excelencia, o distinción o aprobado)

Emitiéndose el calificativo final de QUINCE 15
(Letras) (Números)

Siendo las 09:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Mg. Armas Chang Mirtha
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Secretario: Mg. Jiménez Ubilla's, Víctor
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Vocal: Mg. Díaz Maribel Susana Beatriz
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

ACTA DE EVALUACIÓN DE TITULACIÓN PROFESIONAL POR PRESENTACIÓN, SUSTENTACIÓN Y APROBACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Trujillo, a los 12 días del mes de Octubre del 2017, siendo las 08:00 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Para evaluar el Examen de Titulación Profesional de Licenciado(a) en

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

(Indicar la Carrera Profesional)

Especialidad: _____

(De ser el caso)

Mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de (l) (la)

Bachiller: RENGIFO PEZO, Juan José'

(Apellidos y Nombres)

Quien desarrolló el o la Tesis Titulada:

Calidad de servicio al cliente en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C & L Contratistas Generales SAC, 2017

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

por

DISTINCIÓN

(Aprobado o desaprobado= menos de 14)

(En caso de ser aprobado: Excelencia, o distinción o aprobado)

Emitiéndose el calificativo final de DIECISIETE 17

(Letras) (Números)

Siendo las 09:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Mg. Armas Chang Mirtha
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Secretario: Mg. Jiménez Ubillús, Víctor
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Vocal: Mg. Díaz Mazarabel Susana Beatriz
(Dr. Mg. o Lic) (Apellidos y Nombres)

(Firma)

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios que fue nuestro guía en este proceso, permitiéndonos sobrellevar los obstáculos presentes en el camino.

A nuestros padres por su apoyo incondicional en cada paso que damos en la vida

A nuestros profesores que contribuyeron a nuestra formación profesional con dedicación y cariño

Los autores

DEDICATORIA

A Dios por bendecirme con una nueva oportunidad de mejorar como persona cada día.

A mis padres Teodoro y María por su dedicación, amor y cariño sin límites.

A aquellas personas tan importantes en mi vida que con su amor y apoyo me llenan de fuerza cada día.

Juan José Rengifo Pezo

A Dios que me cuida siempre

A mis padres Luis y Gloria por apoyo y amor

A mis hermanos que están cerca de mí en todo momento.

Kevin Alberto Camino Gutiérrez

INDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	i
DEDICATORIA	ii
RESUMEN	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 ORIENTACIONES GENERALES	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2.2 Formulación del problema	6
1.3 FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo General	7
1.3.2 Objetivo Especifico	7
1.4. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION	8
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	10
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	10
2.2. MARCO TEORICO	13
2.2.1 Servicio	13
2.2.2 Calidad	15
2.2.3. Calidad de servicio	17
2.2.4. Modelo de deficiencias	20
2.2.5. Instrumentos de Medición	35
2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS	46
2.3.1. Cliente	46
2.3.2. Fidelización del cliente	46
2.3.3. Expectativa	46
2.3.4. Percepción	47
2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	47
2.4.1. Hipótesis general	47
2.5. VARIABLES	48

	2.5.1. Operacionalización de las	48
III.	MATERIAL Y TÉCNICAS	49
	3.1 TIPO Y NIVEL INVESTIGACIÓN.....	49
	3.1.1 Tipo de investigación	49
	3.1.2 Nivel de investigación.....	49
	3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	49
	3.2.1 Población	49
	3.2.2 Muestra	49
	3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
	3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ..	50
	3.4.1 Técnica: Encuesta	50
	3.4.2 Instrumento: Cuestionario	50
	3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	51
	3.5.1. Técnicas de procesamiento	51
	3.5.2. Análisis de datos.....	51
IV.	RESULTADOS	52
	4.1. Presentación de resultados.....	52
	4.1.1. Nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L contratistas Generales SAC.	52
	4.1.2. Amplitud de las brechas de los cinco criterios de la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC.	54
	4.1.3. Análisis de las deficiencias internas en la gestión de la calidad de servicio respecto al modelo de deficiencias en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC	64
	4.2. Pruebas de hipótesis.....	90
V.	DISCUSIÓN.....	91
VI.	CONCLUSIONES	95
VII.	SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	97

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	99
IX. ANEXOS	101
ANEXO 1: Matriz de consistencia.	101
ANEXO 2: Fluctuación de la producción y venta del cemento.	102
ANEXO 3: Instrumentos de evaluación.	103
ANEXO 4: Estrategias para reducir la amplitud de las deficiencias internas de la gestión de calidad de servicio, implicando la mejora de la calidad de servicio	123
ANEXO 5: Carta de aceptación para la realización de proyecto	135

INDICE DE TABLAS

Tabla 4.152

INDICE DE GRÁFICO

Grafico 2.1	23
Grafico 2.2	24
Grafico 2.3	26
Grafico 2.4	28
Grafico 2.5	30
Grafico 2.6	32
Grafico 2.7	34
Grafico 4.1	53
Grafico 4.2	54
Grafico 4.3	55
Grafico 4.4	56
Grafico 4.5	57
Grafico 4.6	58
Grafico 4.7	59
Grafico 4.8	60
Grafico 4.9	60
Grafico 4.10	61
Grafico 4.11	62

Grafico 4.12	63
Grafico 4.13	63
Grafico 4.14	65
Grafico 4.15	66
Grafico 4.16	67
Grafico 4.17	68
Grafico 4.18	69
Grafico 4.19	70
Grafico 4.20	71
Grafico 4.21	72
Grafico 4.22	73
Grafico 4.23	75
Grafico 4.24	77
Grafico 4.25	80
Grafico 4.26	81
Grafico 4.27	86
Grafico 4.28	87
Grafico 4.29	89

RESUMEN

La calidad de servicio es un conjunto de aspectos valorados a través de la experiencia. Las organizaciones que desean fortalecer el servicio que proveen, deben determinar un modelo de calidad de servicio, el cual les permita conocer las necesidades de sus clientes, fortalecer sus procesos y mejorar su comunicación interna.

En el presente estudio se muestra la evaluación de la calidad de servicio y los factores que lo determinan, en la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC a través del “modelo de deficiencias”. Este modelo también brindó herramientas para diseñar estrategias para mejorar la gestión en la calidad de servicio.

La evaluación de la calidad de servicio a través de sus cinco dimensiones, indicó un nivel de calidad bajo. Este resultado es producto de la gestión de factores internos que también han sido evaluados y analizados para que sea posible proyectar y aplicar estrategias de mejora por parte de C&L Contratistas Generales SAC.

El diseño empleado para el desarrollo de esta investigación es no experimental transversal, porque únicamente se midió las variables sin manipularlas deliberadamente y por qué la recolección de dato fue realizada una sola vez.

Abstract

Quality service is a whole of valued aspects through the experience. Organizations that want to strengthen the service they provide must determine a quality service model, which allows them to know the needs of their customers strengthen their processes and improve their internal communication.

The present study shows the evaluation of the quality service and the factors that determine it, in the company of construction and rental of machinery C & L Contratistas Generales SAC through the "model of deficiencies". This model also provides tools to design strategies for better management of quality of service.

The evaluation of the quality service through its five dimensions indicated a low level of quality. This result is product of the management of internal factors that have also been evaluated and analyzed to be able to project improvement strategies.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 ORIENTACIONES GENERALES

El ser humano siempre ha buscado mejorar la forma en que realiza sus actividades, desde la prehistoria elaborando sus primeros artefactos de caza y recolección de frutos preservando su permanencia, hasta nuestros tiempos en que ponen esfuerzo en mejorar su calidad de vida en diferentes aspectos, tal como las empresas buscan mejorar su procesos haciéndolos de calidad para obtener resultados óptimos, buscando preservar su permanencia en el mercado.

El presente documento se ha trabajado con el fin de aportar académica, profesional y empresarialmente mejorando el entendimiento del concepto de la calidad orientado a los servicios; se analiza y trabaja con un conjunto de conceptos que han sido discutidos y tratados por autores certificados en este tema. En el presente documento se plasma el desarrollo de un modelo de gestión en la calidad de los servicios, el cual comprende una serie de indicadores y antecedentes que ayudan a su desarrollo y evaluación.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción de la realidad problemática

La Calidad de servicio ha incidido en los últimos años de manera creciente y determinante al momento de optar por un bien tangible o intangible. Antes la oferta era más limitada y los mercados más estables, pero el desarrollo de estos, los productos y procesos técnicos, permitió que llegue a los clientes una extensa gama de bienes, servicios y marcas diversas. De este modo, en el siglo

pasado la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y ser un elemento diferenciador que sirva como valor agregado.

Como se mencionó, el consumidor era mucho más básico, el cambio se dio gracias a la tecnología a los medios digitales que incremento los agentes ofertantes.

Las personas ahora tienen oportunidad de consultar opiniones respecto al producto no solo de manera personal o en su entorno de confianza, también en un entorno distinto averiguando en un mercado completamente desconocido cual fue su experiencia de compra y si pueden o no recomendar el producto.

La evolución del mercado ha dado lugar a un nuevo consumidor, uno que va allá de observar los precios bajos. El cliente busca tener una experiencia distinta al momento de obtener un producto y después de ella a través tal es el caso del servicio pos venta. El cliente siempre busca algo adicional a las características básicas del producto o servicio, por ejemplo en la actualidad las cuestiones orgánicas y naturales juegan un papel importante en el gusto de los clientes y que conlleve al cuidado del medio ambiente, ya que ahora una marca que se considera sustentable está por encima de aquellas promedio en el mercado, demostrándolo en sus procesos limpios, empaques, envasados ecológicos.

Claramente la falta de conocimiento y manejo de estos conceptos con su conjunto de elementos no solo imposibilita desarrollarse a las organizaciones sino las pone en desventaja ante las demás dentro el mercado el que se encuentran.

Propiamente en el sector construcción e inmobiliario las empresas tiene que cubrir todos los aspectos para fortalecerse, buscar nuevas estrategias, entre ellas el fortalecimiento de calidad de servicio. En los últimos años el crecimiento del sector inmobiliario fue a gran escala, sin embargo el mercado inmobiliario mundial ha tenido serios problemas golpeada por la crisis financiera en el 2008 que fue en consecuencia de que instituciones financieras y otros fondos de inversión inmobiliaria miraron en la financiación y titulación una vía eficaz para su diversificación geográfica y distribución del riesgo hipotecario. Pero pese a su importancia, el sector inmobiliario no ha recibido la debida atención por parte de los macroeconomistas.

Según un artículo publicado por el diario Gestión, el Foro Económico Mundial proyecta que a nivel global el mercado inmobiliario enfrentó desequilibrios de oferta y demanda en el 2016 y los seguirá haciendo el 2017. Este año se inició con fuertes caídas en los precios mundiales de las materias primas y rebajas de crecimiento para las economías principales y emergentes. En enero, el Fondo Monetario Internacional redujo su pronóstico de crecimiento mundial en el 2016 desde 3.6% a 3.4%.(Diario Gestión, 2016).

El Perú no fue ajeno a este boom, este crecimiento estuvo influenciado por la expansión de la demanda interna como consecuencia al aumento de la población y el crecimiento de la economía, asimismo por el aumento de la inversión privada, bien secundada por la pública.

La mayor demanda de viviendas responde al creciente número de familias que tienen relativamente mayores ingresos económicos y por tanto capacidad

de adquirir créditos hipotecarios, asimismo, a que las tasas de interés y las cuotas les resultan asequibles.

Lo que opera como dinamizador del crecimiento de la construcción es el número de proyectos habitacionales destinados principalmente a la clase media baja y baja que se está incrementando de manera muy importante, gracias a la actuación de programas de vivienda populares como Mi Vivienda, Techo Propio, entre otros.

El sector construcción crecía a tasas superiores al 10%, vale decir a ritmos mayores que la tasa de crecimiento del producto bruto interno global. Tal es así que desde el 2006 creció en más del 14% anual, excepto en el 2009 cuando cayó al 6.1% causado por la crisis financiera internacional, pero inmediatamente se recuperó hasta alcanzar en el 2010 una tasa superior al 17%. Los años siguientes continuó creciendo, aunque con menor velocidad corroborándose con datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística e Informática en la tabla N°1 del anexo 2.

En Febrero del 2016 hubo un alza, eso se puede apreciar ya que se presentó un aumento en la venta del cemento, sin embargo el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado de la Construcción – CAPECO advirtió que los resultados del año 2016 no son alentadores inclusive el Banco Central de Reserva (BCR) cambió su proyección inicial de 2.5% y ahora se espera un año sin crecimiento para el sector. El 26 de julio el Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento hizo la actualizando índices de crecimiento hasta el segundo trimestre, mostrando un acumulado de 2.63%.

La región la Libertad el crecimiento había llegado a producir 14,135 millones de soles al PBI en el 2010 el más elevado de los últimos diez años. (Banco Central de Reserva del Perú, 2011). Con respecto a la cantidad de empresas en La Libertad se tuvo un incremento de un 12.7% con respecto a agosto del 2010 y considerando que un 8.3% fue el incremento por construcción con respecto a agosto del 2010, se tiene de un total de 10,632 contribuyentes, 882 nuevos del sector (Superintendencia de Banca y Seguro, Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, 2011).

La efectividad de las decisiones de la plana directiva de las empresas constructoras sigue siendo positiva a pesar de las improvisaciones que se presentan, las razones descritas anteriormente, las empresas saben que la obtención de resultados a través de la mejora de sus procesos no solo será en términos de infraestructura y tangibilidad, sino por medio de fortalecer de manera integral la calidad de su servicio

La empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC, desde su fundación a través de sus precios buscó ser referente entre las empresas de su entorno, sin embargo por la coyuntura, los competidores crecientes y los cambios en el sector, ha visto mermado su crecimiento y rentabilidad. Por lo tanto, el mercado local se ha tornado altamente competitivo, ya que las ventajas o diferencias entre las organizaciones van más allá de sus precios o tarifas lo cual hace necesario poner en marcha estrategias competitivas.

Al respecto, la “calidad en el servicio” es un elemento esencial, que debe gestionarse correctamente dentro de cada empresa, sin importar el tamaño,

estructura y naturaleza de sus actividades; estas deben demostrar su capacidad de desempeñarse en este aspecto, para mantenerse en la preferencia de los clientes.

La realidad descrita refleja la necesidad de evaluar e identificar aquellos aspectos importantes para C&L Contratistas Generales SAC y sus clientes respecto a su servicio.; puesto que el reconocer las falencias en su sistema de servicio le permitirá formular acciones que optimicen su calidad y logren su desarrollo.

1.2.2 Formulación del problema

1.2.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio al cliente en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?

1.2.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Qué percepción tienen los clientes sobre el servicio de la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?
- b. ¿Cuál es la amplitud de las brechas entre las percepciones y expectativas de los cinco criterios de calidad de servicio en la empresa C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?

- c. ¿Cuáles son las deficiencias en la gestión de la calidad de servicio de la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?
- d. ¿Qué medidas se pueden tomar para mejorar la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?

1.3 FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.

1.3.2 Objetivo Especifico

- a. Medir el nivel de calidad de servicio a través del modelo SERVQUAL en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias “C&L Contratistas Generales SAC” en el periodo 2017.
- b. Identificar la amplitud de las brechas entre las percepciones y expectativas de los cinco criterios de la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.
- c. Analizar las deficiencias internas en la gestión de la calidad de servicio respecto al modelo de deficiencias en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.

- d. Plantear estrategias para mejorar la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.

1.4. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

La empresa C&L Contratistas Generales SAC, no es ajeno a la actividad estratégica, sus principales clientes son “constructoras” a las cuales busca fidelizarlas a través no solo de precios bajos sino de otros elementos, los cuales forman parte de un servicio de calidad. Esto debe ser observado, medido y tratado

El presente proyecto busca determinar el nivel de calidad de la empresa C&L Contratistas Generales SAC a partir de ello tomar medidas aplicando estrategias para mejorar los puntos débiles de su servicio. Para llevar a cabo lo planteado se empleó el modelo SERQUAL el cual está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones, desde un punto de vista académico esta investigación representa el enriquecimiento en la administración y la gestión de la calidad de servicios, el cual utilizando herramientas validadas, se busca corregir procesos, obtener resultados eficientes y validar esta experiencia que sirva de base de futuras investigaciones.

Al determinar la forma que la empresa está proporcionando su servicio, se puede entender y atender mejor al cliente. La investigación estará orientada a la evaluación y diagnóstico de la calidad en el servicio de la empresa de construcción y alquiler de

maquinarias C&L Contratistas Generales SAC, buscando obtener a través de la escala SERVQUAL información relevante que sirva de base para diseñar y desarrollar estrategias en busca de la calidad total.

Según la “National Bussines Research Institute” evaluar la calidad en el servicio permite aumentar las ventas, identificar las fortalezas y debilidades, comprender la percepción del cliente, mejorar la experiencia del cliente, fidelizar a los clientes en relaciones fuertes, impulsar el crecimiento del negocio, evaluar el interés del cliente con el fin de hacer plena su experiencia.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Hay investigaciones preliminares referentes a la nuestra. A continuación se cita algunos documentos relacionados con nuestro tema; que señalan la importancia que tienen en las organizaciones conocer ampliamente conceptos de la calidad en el servicio al cliente, utilizando el modelo SERVQUAL para mejorar su gestión.

2.1.1. A nivel internacional se maneja vasta información afín a nuestro tema de evaluación, como se puntualiza a continuación.

Para Valencia (2015), en su tesis de pregrado “Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos de la empresa SYRY”. Tesis de grado previa a la obtención del título de ingeniero en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil.

Como conclusión el autor plantea que el proceso actual de mantenimiento y limpieza de los establecimientos educativos a través de la investigación de campo realizada a las partes interesadas, confirmada por el personal docente, padres, de familia y directivos de los planteles educativos, identificándose que los conserjes pertenecientes a la empresa SYRY no fueron amables en el trato, han discutido con maestros y padres de familia en algunas ocasiones, además que se han reportado casos de impuntualidad del personal de limpieza, encontrándose defecionas en el aseo de baños y exteriores, observándose

además incumplimiento en el uso de la ropa adecuada por parte de los operadores de empresa SYRY.

2.1.2. En el contexto nacional diferentes autores han abarcado este tema, enriqueciendo con sus estudios al desarrollo del mismo. Tal es el caso de:

Para Suárez (2015), en su tesis de pregrado “El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo SERVQUAL caso: Centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao periodo 2011 – 2012”. Tesis para obtener el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Mercadotecnia en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El autor concluye que:

- Por lo analizado se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 – 2012, expresado en un promedio ponderado de 3.39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones.
- Se determina que la fiabilidad incide en la satisfacción del cliente del Centro de Idiomas, lo cual se validó con la correlación de Pearson al obtener un resultado de una asociación positiva significativa de 0,937 y una regresión lineal simple con residuos mínimos.
- La capacidad de respuesta incide en los procedimientos, pues se obtiene una asociación positiva significativa de 0,966 validada a través de la correlación de Pearson y una regresión lineal simple con residuos mínimos.

- Con respecto a la seguridad, se prueba su incidencia en el material del CIUNAC a través de una asociación positiva de 0,944 y una regresión lineal simple con residuos mínimos
- La empatía incide en el equipamiento del Centro de Idiomas, debido a la obtención de una asociación significativa (0,976) gracias a la correlación de Pearson y una regresión lineal de residuos mínimos
- Se establece que los elementos tangibles inciden en la infraestructura del CIUNAC, pues se validó a través de la correlación de Pearson (0,942) y la obtención de una regresión lineal de residuos mínimos.

2.1.3. A nivel local, el desarrollo del tema de atención al cliente no pasa desapercibido, existen diversos autores que han aportado a la mejor comprensión de este, y han mostrado marcado interés.

Para Jordán & Siccha (2015), en su tesis de pregrado: “Medición del nivel de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL, en la cooperativa de ahorro y crédito San Lorenzo, Trujillo– 2014”. Tesis para obtener el título de licenciado en administración en la Universidad Privada Antenor Orrego.

Los autores concluyen lo siguiente:

- Se logró determinar, según el modelo de medición SERVQUAL, que el nivel de calidad de servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Lorenzo, es valorada por la mayoría de sus socios como una empresa

que brinda un servicio desfavorable, no alcanzando a satisfacer las expectativas de los socios.

- De las dimensiones evaluadas mediante el modelo SERVQUAL se pudo obtener las mayores diferencias o brechas entre expectativa y experiencia, la mayor diferencia obtenida fue en la dimensión de tangibilidad con un gap de 30% y la menor diferencia se obtuvo en la dimensión de empatía con un gap de 7%.
- La relevancia que otorgan los socios sobre las dimensiones, estuvo ligado al nivel de exigencia que tienen sobre estas dimensiones, en consecuencia los socios consideran en este orden la importancia de las dimensiones, como debilidades las dimensiones tangibilidad, seguridad y capacidad de respuesta y como fortalezas puede tomarse la confiabilidad y empatía.
- Se elaboró propuestas de mejora orientadas a reducir las brechas deficientes y fortalecer las brechas favorables para la institución. Las propuestas abarcan el desarrollo de competencias y habilidad, la innovación en tecnología y sistemas, y la mejora de ambientes físicos.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1 Servicio

Berry (1996, p.84) “Una estrategia de servicio excelente les ofrece a los clientes valor autentico; les da a los clientes más por los costos en que incurren por el servicio”

Calidad recae sobre un intangible que es el “servicio”, pero ¿qué es servicio? El concepto de servicio proviene del latín servirían. El mismo hace referencia a la acción “servir”, sin embargo este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada.

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios, empleados, empresarios)

Los servicios pueden ser administrados tanto desde el estado, como desde los sectores privados, incluso en forma mixta. Los servicios son definidos como heterogéneos ya que los servicios prestados nunca podrán ser idénticos por diversas variables, también como intangibles ya que el usuario no puede tocarlos, este es el caso de las líneas telefónicas de atención al cliente. Y como ya ha sido mencionado no se puede poseer. Algunas de las cuestiones básicas que se considera que deben prestar los servicios es el buen trato a sus clientes, satisfacer las necesidades de los mismos antes que estos lo requieran, brindar la posibilidad de agradecimiento o queja, generalmente de manera escrita y sobre todo los prestadores del servicio deben cumplir con lo preestablecido, que suele ser determinando mediante un contrato. En los mismos deben ser pautados claramente cuáles serán los servicios a brindar por parte de la empresa o del estado.

Existen facetas fundamentales que definen las diferencias que existen entre los servicios y los bienes físicos y que se refieren a la forma en que son producidos, en que son consumidos y en que son evaluados.

La estrategia se concentra en las pocas dimensiones del desempeño que hacen del servicio algo valioso, hasta esencial, para los clientes. Bien sea el precio alto o bajo, los clientes perciben que están recibiendo valor por lo que pagan.

En líneas generales, los servicios proporcionan resultados mediante la mejora de rendimiento y la reducción de las limitaciones de las restricciones. El resultado es un incremento de las posibilidades de obtener los objetivos deseados, aunque algunos servicios mejoran el desempeño de las tareas, otros presentan un efecto más directo. Realizan la propia tarea

2.2.2 Calidad

Real academia de la lengua Española (2014) “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”

El significado más general de este concepto denota un conjunto de características atribuidas inseparables a algo, pero si se lleva a un contexto específica cómo el comercial u empresarial, ¿que es la calidad?

Cuatrecasas (2010, p18) “La calidad se define como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”

Con lo visto anteriormente, la calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para la que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá, además, que todo ello se logre con rapidez y al mínimo coste, siendo así que la rapidez y bajo coste serán con toda seguridad, requerimientos que pretenderá el consumidor del producto o servicio

Existen diferentes posturas respecto al concepto “Calidad”, iremos mencionado a diferentes autores y analizando su definiciones.

De la Peña (1994, p.14) “Calidad es dar satisfacción al cliente mediante el cumplimiento de una especificación”

Según lo citado por De la Peña, implica que la calidad hay que medirla en sus dos vertientes, la de la satisfacción y la del cumplimiento de la especificación. Se engaña quien piense que los conceptos avanzados sobre calidad ha terminado con el control, lo que ocurre es que dicho control a evolucionado, si se convierte en autocontrol, es que se ha desplazado desde el ente controlador ajeno, al propietario del producto. Si se puede reducir el control del producto, es porque el control de la satisfacción del cliente, lo aconseja.

Se establece así un nuevo equilibrio entre los dos controles, el del producto y el de la satisfacción del cliente

El nuevo enfoque de la calidad tiene intensión de centrarse en el aspecto de estabilidad, Por un lado existe un interés de la dirección hacia al descubrir que

su intervención puede favorecer definitivamente la productividad, la eficacia y la imagen de los productos o servicios suministrados. Este interés ha hecho que, al venir potenciada por la gerencia, se hagan esfuerzos por reorientarla., reconducirla y lo que es más importante, dotarla de los mecanismos que permitan conocerla, y aplicarla a la misma.

Alcalde (2009, p. 6) “La calidad es lo adecuado que es un producto o servicio para el uso que se le pretende dar”

Es decir para Alcalde la calidad es la que desea el cliente. Así por ejemplo un automóvil de la marca Lamborghini podría tener una calidad similar a la de uno de la marca Jeep, siempre y cuando se use para lo que ha sido fabricado, la diferencia entre uno y el otro estriba en el primero posee accesorios de lujo y realza la imagen del que conduce por mas subjetiva que sea esta apreciación, mientras el otro es un carro adecuado para alguien aventurero que le guste ir a superficies montañosas o áridas

2.2.3. Calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993, p.18) “Los usuarios no sólo evalúan la calidad de un servicio valorando el resultado final que reciben (por ejemplo, la apariencia del pelo del cliente después de un corte de pelo), sino que también toman en consideración el proceso de recepción del servicio (por ejemplo, la implicación, el interés y el trato amistoso que mostró el estilista durante el corte de pelo)”.

Zeithaml, Parasuraman y Berry acentúan la idea que la percepción del cliente no solo recae sobre la culminación de los servicios, sino en toda la experiencia.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993, p.21) “La calidad del servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas de los clientes y sus percepciones.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

La calidad en el servicio al cliente, es un concepto que progresivamente se ha venido tratando hasta el punto de tomarlo como trascendental dentro de cualquier gestión empresarial. A consecuencia de esto, diferentes autores han aportado fundamentos a este aspecto.

Vargas (2007, p.17). “La capacidad y la educación en la calidad de servicio es fundamental para que el proceso sea efectivo, la capacitación es la base del cambio y actitud que manifiestan los comportamientos”

La capacitación es trascendental en la calidad del servicio por que el proceso se dará de manera correcta. De esta manera el producto y/o servicio expendido tendrá un valor mucho mayor. Hace énfasis en reestructura la esencia de atención de las empresas para lograr la excelencia y que esto sea percibido por los clientes.

Fernández (2001, p. 41). “El cliente tiene unas necesidades y expectativas. Su satisfacción aporta un determinado valor a la empresa”

La satisfacción del cliente ante un determinado producto y/o servicio hace que este tenga una aceptación mucho mayor sobre el producto, esto genera valor a la empresa y la sobrevaloración de sus productos.

Rivero (2000, p25). “La calidad de servicio puede dividirse en dos bloques”

La calidad de suministros que regulan los aspectos técnicos de la misma.

La calidad de atención al cliente.

La calidad de servicio es parte de un todo (producto), resulta de fortalecer dos aspectos según el autor, que tiene que ver con el producto y/o recursos destinados para el servicio y la predisposición que se tiene para el cliente.

Bronw (2009, p58). “La atención en el cliente no puede actuar en el vacío, a las personas, tanto dentro como fuera de la empresa”

La atención al cliente, no debe ser un esquema frío y trillado, debe ser un compromiso e interiorización de este concepto y formar lazos fuertes entre trabajadores para transmitir al cliente, a través de actitudes.

Siempre hay que priorizar en lo que respecta a la satisfacción del cliente ya que ellos son la base del negocio y sin ellos no se puede dar el negocio y siempre otorgándole al cliente calidad. La calidad tanto como la excelente fuente los suministros, de modo mayor es con la atención y como se abarca al cliente.

2.2.4. Modelo de deficiencias

La calidad como elemento intrínseco en los productos han hecho a las empresas y profesionales, investigar, para desarrollar modelos y estrategias que mejoren la gestión en la calidad de los servicios. Las empresas en las que se percibe una alta calidad tienen costes de operación similares a sus principales competidores. Y esto es así a pesar de que los programas para perfeccionar la calidad implican mayores inversiones en tecnología, investigaciones del mercado, búsqueda del talento humano, sistemas para la evaluación de la actuación de los empleados, sistemas de reconocimiento, compensación a los colaboradores, etcétera.

Zeithaml, Parasuramany Berry en su investigación “Calidad total en la gestión de Servicios” exploran la percepción y expectativas de los clientes en las organizaciones respecto al servicio, redefinen conceptos, creando un modelo

de calidad y un instrumento que lo mide, el cual ayuda a plantear estrategias para reducir brechas entre dichos agentes.

Este modelo de brechas o deficiencias llamado de manera originalmente modelo de Gap's por su escritura en inglés, está conformado por elementos, fases y una serie de estrategias que recaen sobre la calidad de servicio.

El modelo conceptual de la calidad de servicio mostrado en el *grafico 2.1* indica los cinco deficiencias, los cuales al momento de evaluar se separan de dos fases, la primera se evalúa "Deficiencia 5" llamado también gap global, es el que determina la calidad de servicio mediante la diferencia entre las percepciones y expectativas de los clientes de una empresa y en la segunda fase se evalúan las deficiencias "1, 2, 3 y 4" que señalan las discrepancias dentro de las organizaciones.

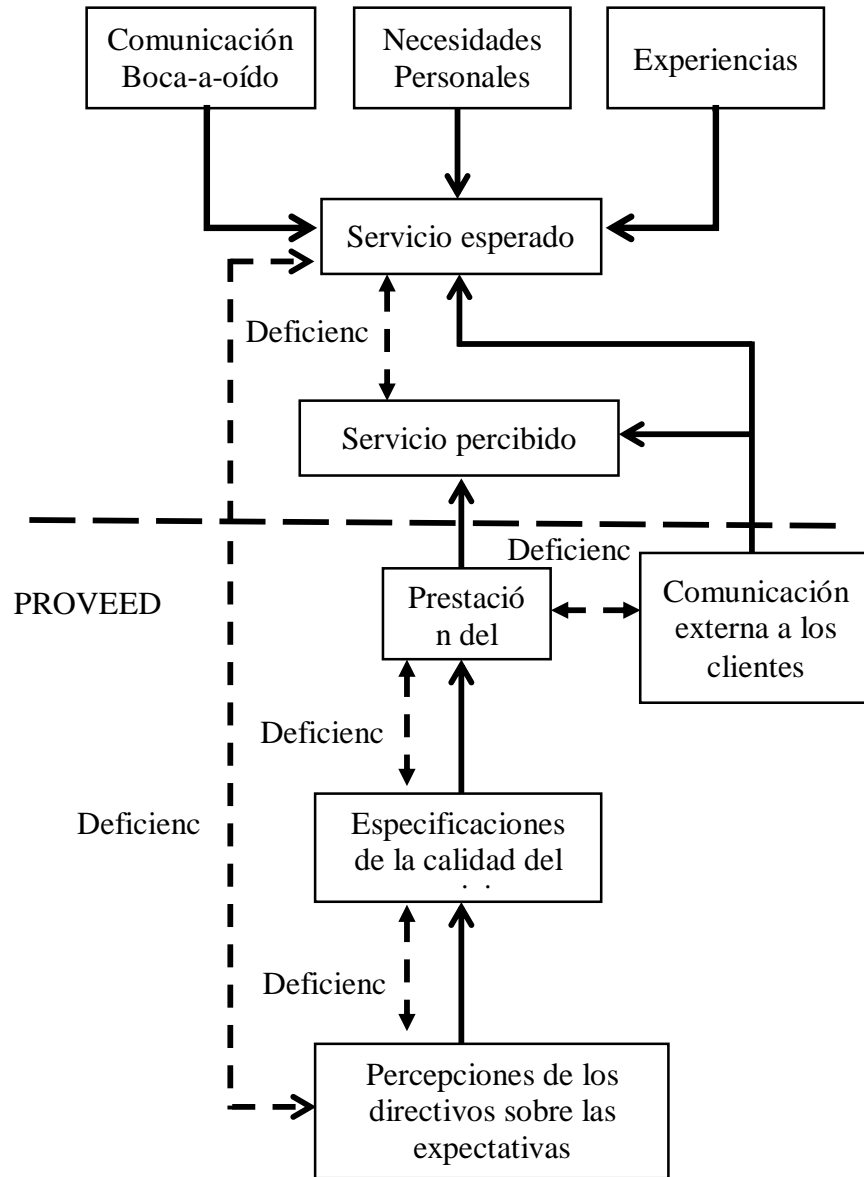
Las dimensiones evaluadas en este modelo de gestión son:

- **Elementos tangibles.** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- **Fiabilidad.** Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa
- **Capacidad de respuesta.** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- **Seguridad.** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza

- **Empatía.** Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

Grafico 2.1

Modelo conceptual de calidad de servicio



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

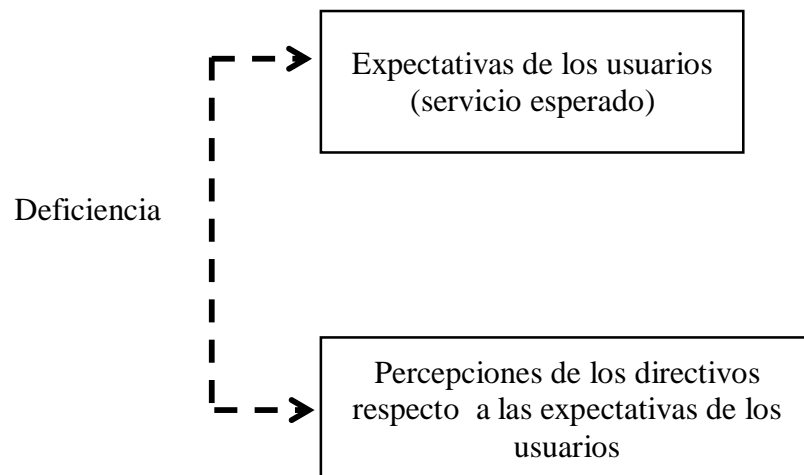
2.2.4.1. Deficiencias

Deficiencia 1: Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos

Una de las razones por la que la calidad de servicio puede ser percibida como deficiente es no saber con precisión qué es lo esperan los clientes. Para proveer servicios y que estos sean percibidos como de alta calidad es necesario que la empresa sepa lo que los usuarios esperan.

Grafico 2.2

Deficiencia 1 Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

Zeithaml, Parasuraman y Berry en sus estudios exploratorios identificaron tres factores que implican en la deficiencia 1, estos factores son:

1. **Inexistencia de una cultura orientada a la investigación de marketing.-** Se evidencia por la escasa investigación del mercado, conocimiento insuficiente del perfil de sus clientes y falta de interacción entre los directores y usuarios.
2. **Inadecuada comunicación vertical ascendente.-** Una inadecuada comunicación entre el personal que hace contacto con los usuarios y los directivos de las empresas
3. **Excesivos niveles jerárquicos de mando.-** Esta abundancia de niveles jerárquicos agrandan las barreras y entorpece el flujo de información entre el personal de atención al cliente y los directores de las organizaciones.

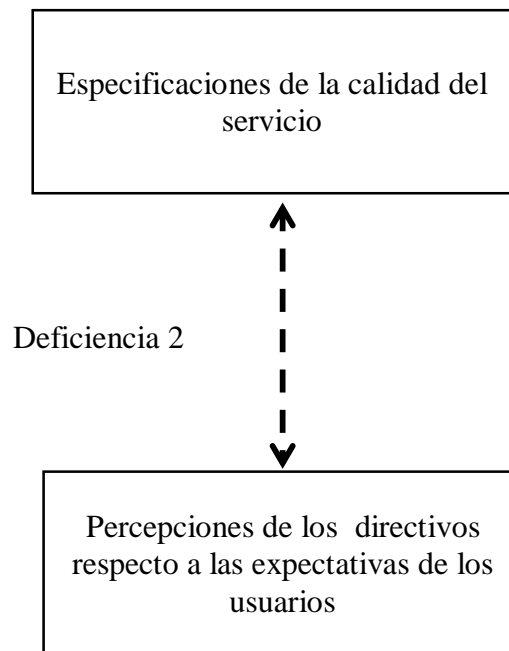
Deficiencia 2: Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad

Existen empresas que recogen información valiosa referente a las necesidades de sus clientes pero no es suficiente para asegurar una calidad de servicio alta. Si esta información no se plasma en documentos, es decir, que los procesos y actividades no se traducen

en estándares orientados al cliente, se seguirá incurriendo en una mala gestión, a esto se le conoce como Deficiencia 2.

Grafico 2.3

Deficiencia 2 Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

Existen cuatro factores que generan esta deficiencia y son:

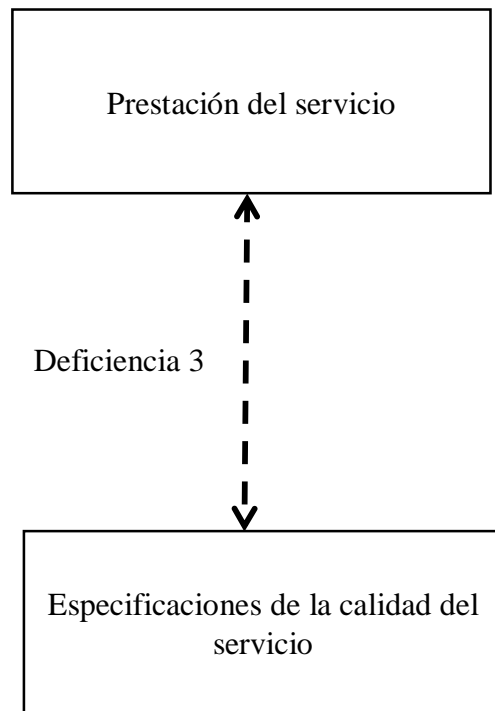
1. **Deficiencias en el compromiso que se asume respecto a la calidad del servicio.**- Existe una falta de seriedad y compromiso para gestionar la información y registrarla.
2. **Percepción de inviabilidad.**-Los directivos pueden tener la mejor intención de generar un servicio de calidad sin embargo justifican su inactividad de realizar protocolos o normas estándares por varios motivos, entre ellos el no tener la capacidad de cumplir con lo que el cliente requiere, el no querer invertir recursos en el cumplimiento de estos estándares por creerlos excesivos, entre otros más.
3. **Errores en el establecimiento de las normas o estándares para la ejecución de las tareas.**- No existen capacidad para alinear las tareas actuales y los recursos existentes para redactar un manual adecuado
4. **Ausencia de objetivos.** Si los directores de las organizaciones no han fijado objetivos estratégicos fuertes difícil poder alinearlos con un registro estándar para una gestión de calidad en los servicios.

Deficiencia 3: Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio

El conocimiento de las expectativas y necesidades de los clientes por parte de los directivos y la existencia de normas formales son sin duda elementos que fortalecen la gestión en la calidad de servicios sin embargo, si la empresa no facilita, estimula y pide el cumplimiento de los protocolos estandarizados en el proceso de producción y entrega de los servicios, la calidad se verá mermada.

Grafico 2.4

Deficiencia 3 Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

Existen siete factores que generan la Deficiencia 3. Esos factores son:

- 1. Ambigüedad en las funciones.-** Este factor hace mención a un documento de calidad que no permite a los trabajadores entender y mimetizarse con sus funciones.
- 2. Conflictos funcionales.-** Los empleados no se sienten seguros de satisfacer las necesidades de los clientes, no tienen la misma percepción la calidad con los clientes.
- 3. Desajuste entre los empleados y sus funciones.-**La empresa no contrata personas idóneas para hacer cumplir los estándares ni capacita a las que tiene.
- 4. Desajuste entre la tecnología y las funciones.-**Los empleados no cuentan con la herramientas y equipos para realizar sus actividades o no las utilizan.
- 5. Sistemas inadecuados de supervisión y control.-**Las empresas carecen de un sistema de evaluación e incentivos a al desenvolvimiento de cada trabajador.
- 6. Ausencia de control percibido por parte de los empleados.-** Las normas son estándares para realizar procedimientos y actividades sin embargo la flexibilidad para que cada trabajador brinde un plus y pueda proponer mejoras a dichas actividades deben estar abiertas, la empresa debe ser flexible en ciertos aspectos, sin perder la directriz.

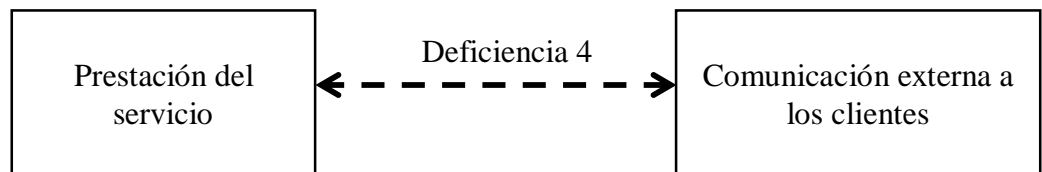
7. Ausencia de sentido de trabajo en equipo.- La falta de apoyo entre trabajadores es común, la sinergia no es una presente en el entorno de trabajo.

Deficiencia 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa

Esta deficiencia significa que las promesas realizadas a los clientes no son total ni parcialmente cumplidas. La información que los clientes reciben con la publicidad, el personal de ventas u otro canal de comunicación, acrecienta sus expectativas, esto genera la necesidad de cubrirlo.

Grafico 2.5

Deficiencia 4 Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

La discrepancia entre el servicio recibido y las comunicaciones externas, son promesas exageradas e información incompleta. Como

en todas las “deficiencias” anteriores, existen factores generadores de estas. Los factores de la Deficiencia 4 son:

- 1. Deficiencias en la comunicación horizontal.-** Usualmente cuando existe una comunicación ineficiente entre las áreas de operaciones, marketing, recursos humanos, y sedes de una organización, la información hacia el usuario pierde claridad.
- 2. Tendencia a prometer en exceso en las comunicaciones externas.-** La exageración al promocionar o enunciar las características de un servicio nutren a esta deficiencia.

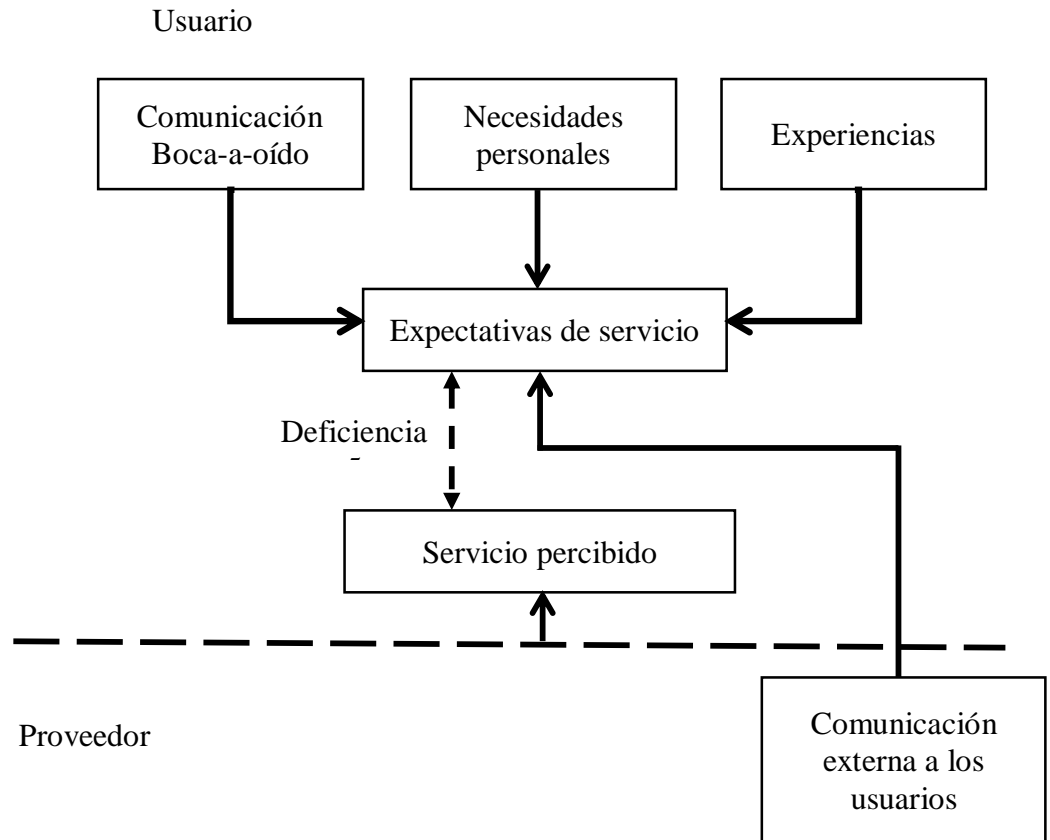
Deficiencia 5: Discrepancia entre las expectativas del usuario y el servicio percibido

La deficiencia 5, llamado también gap 5 o gap global, es la deficiencia general del modelo conceptual de deficiencias, la cual se mide y evalúa para conocer la situación real de la calidad de servicio de una organización.

Esta deficiencia resulta del contraste de la **percepción** del servicio y la **expectativa** antes de recibirlo, con el cual se identifica el nivel de la calidad del servicio, o también llamado índice de calidad de servicio (ICS).

Grafico 2.6

Deficiencia 5 Discrepancia entre las expectativas del usuario y el servicio percibido



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

- 1. Percepción.-** La percepción es el reconocimiento y valoración de una cosa o suceso por medio de la experiencia, en un contexto comercial la percepción del cliente se da al momento de experimentar un servicio o adquirir un producto.

La percepción positiva o negativa del cliente depende de lo que la empresa le ofrezca y si esto cubre sus expectativas. La gestión de la calidad de servicio y como se manejan las deficiencias internas de la empresa influye directamente sobre la percepción, es decir que la percepción de los clientes depende de los proveedores de servicio, por ende se puede medir y cambiar.

2. Expectativa- Las expectativas de los clientes es algo externo, con que los clientes llegan antes de recibir el servicio.

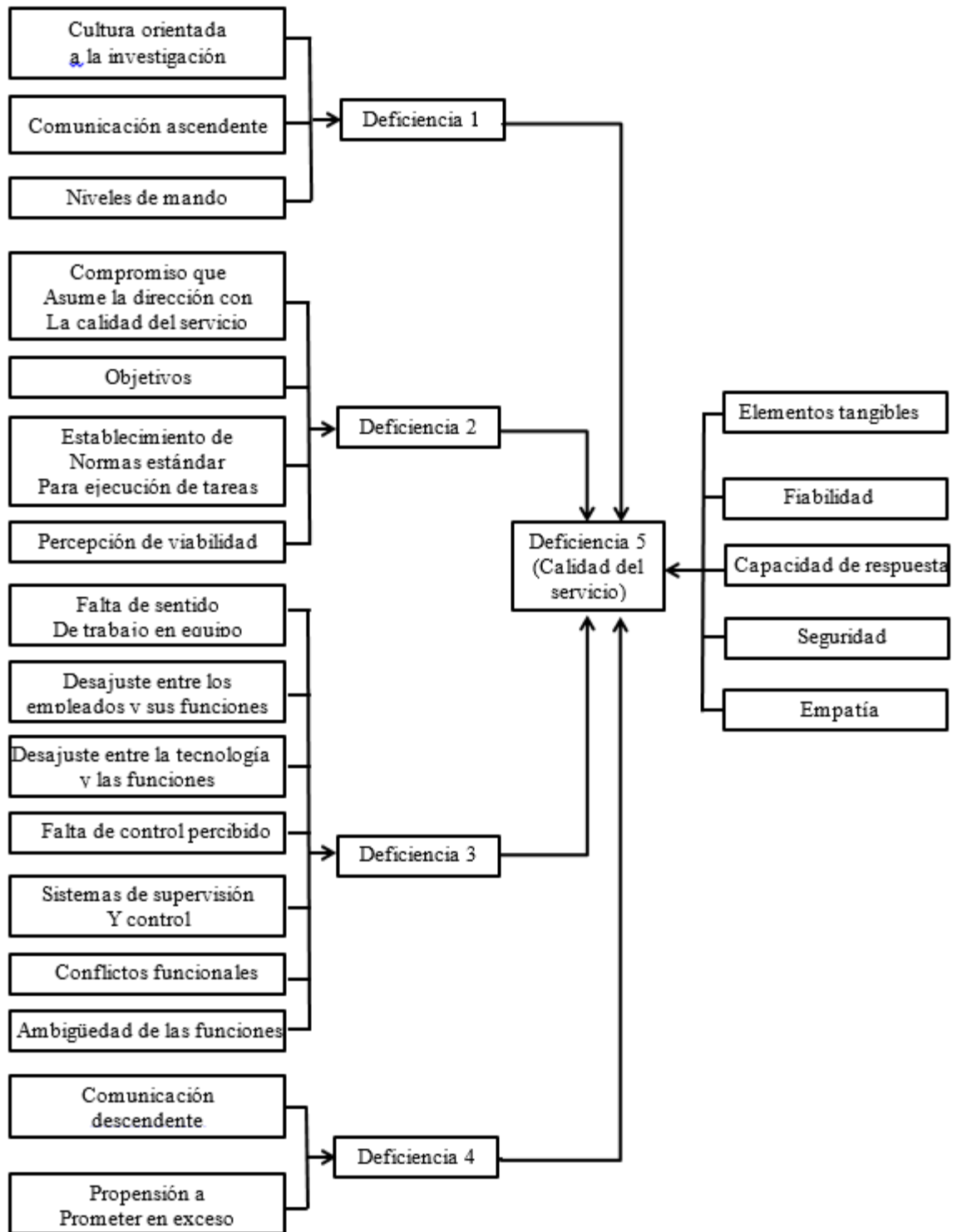
Los factores que generan las expectativas son:

- Comunicación boca a boca
- Necesidades personales
- Experiencias
- Comunicaciones externas

El modelo de “deficiencias” es empleado en las organizaciones para determinar su nivel de calidad el cual es atribuido por los clientes, esta información sirve para establecer estrategias y lineamientos de calidad. Para la comprensión de cómo se integran las deficiencias del modelo conceptual de calidad de servicio se puede visualizar en el *grafico 2.7*.

Grafico 2.7

Modelo ampliado de las deficiencias de calidad de servicio



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

2.2.5. Instrumentos de Medición

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.199). Sugiere la definición de medición como el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos, el cual se realiza mediante un plan explícito y organizado (y con frecuencia cuantificar) los datos disponibles (los indicadores), en términos del concepto que el investigador tiene en mente.

Si queremos evaluar y estimar estos conceptos y cada uno de sus dimensiones debemos hacer uso de instrumentos que nos ayuden a ello. Si deseamos medir la mesa del comedor es necesario tomar un centímetro de costurera o un metro de carpintero y efectuar la medición. Si deseáramos medir el ancho de nuestro dormitorio actuaríamos de igual manera. Pero si quisiéramos medir lo intangible ¿cómo lo haríamos? Si deseamos medir las expectativas de un servicio ¿cómo lo haríamos? ¿Cómo saber si nuestros clientes están satisfechos con nuestro servicio o atención? ¿Cómo saber cuán satisfechos está los turistas que llegaron a nuestro país, con el servicio recibido?

La orientación a la satisfacción del cliente provoca beneficios tangibles y cuantificables en la empresa, e incluso, de ella puede depender la supervivencia de la organización pero ¿cómo saber cuál es grado de aceptación que tiene el cliente?

2.2.5.1.SERVQUAL- Un instrumento para medir la calidad de servicio

Según Zeithaml, et al. (1992, p.27), “Instrumento para la medición de la percepción de los usuarios sobre la calidad de los servicios”

SERVQUAL es un instrumento de escala múltiple, con alto nivel de fiabilidad y validez, que las empresas pueden utilizar para comprender las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a su servicio brindado.

La cuantificación sistemática de la calidad que el cliente percibe de un servicio no es tarea fácil. Se requiere de herramientas que ayuden a las empresas a comprender mejor el significado de valor para el cliente, así como el grado en que sus esfuerzos están cumpliendo con las necesidades y expectativas de los mismos. Esta necesidad llevó al desarrollo de varias técnicas y metodologías para la medición de la satisfacción de los clientes.

Miranda (2007, p.250) “Es la escala que mide la calidad de servicio mediante la diferencia entre la percepción y las expectativas de los clientes”

Este instrumento permite medir la brecha entre las percepciones y expectativas de los servicios.

El modelo SERVQUAL puede ser usado para medir la calidad del servicio en una amplia variedad de empresas, suministra un esquema

básico. Este instrumento se desarrolló en la fase cuantitativa del estudio exploratorio con clientes de cuatro sectores del mercado y estuvo a cargo de Valarie A. Zeithml, A. Parasumaran y Leonard L. Berry. El motivo de esta investigación fue definir el concepto de “calidad del servicio” y los criterios valorativos para poder medirlo. Estos criterios se evalúan en un instrumento dividido en dos pares de enunciados de 22 preguntas, tanto para expectativas como para percepciones.

Los criterios o dimensiones sobre los cuales se evalúa la calidad de servicio son lo antes visto en el modelo de deficiencias de la calidad de servicio; elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Además se debe tener en consideración la importancia relativa sobre cada criterio o dimensión, ya que el perfil del cliente respecto al mercado es distinto. Lo que espera el cliente según el rubro en el que se encuentre es variable, por ello se debe puntuar en una escala de 100 la importancia relativa distribuida entre los 5 criterios de calidad

La satisfacción o insatisfacción del cliente a través del servicio percibido se traduce del resultado de la puntuación SERVQUAL.

Cuando la experiencia iguala a la expectativa existe satisfacción real pero es considerado como un nivel medio o modesto, cuando la percepción sobrepasa la expectativa se habla de un nivel de calidad

alto y cuando la expectativa sobrepasa a la percepción existe una calidad de servicio baja

La puntuación de calidad de servicio a través de SERVQUAL se calcula de la siguiente manera:

1. Se calcula la puntuación por cada par de preguntas de declaraciones (expectativas y percepciones) por cliente, restando la puntuación de percepciones menos la de expectativas
2. Calcular el promedio de las puntuaciones de SERVQUAL para cada criterio (dimensión) de cada cliente, sumando las puntuaciones SERVQUAL que se le haya dado a las delectaciones que correspondan al criterio y se divide el total entre la cantidad de declaraciones que pertenece a ese mismo criterio.
3. Calcular la puntuación SERVQUAL de cada criterio de todos los clientes de la empresa, sumando las puntuaciones de cada criterio de todos ellos y dividirlo entre el número de clientes
4. Calcular la puntuación global de la calidad de servicio (calificación global aun no ponderada), sumando las puntuaciones obtenidas en el paso anterior y dividiéndolas entre cinco.

Para lograr la puntuación SERVQUAL ponderada, se promedia con el peso relativo de las dimensiones de la calidad

De la siguiente forma:

1. Para cada cliente se ,multiplica la puntuación SERVQUAL de cada criterio por el peso relativo
2. Para cada cliente se suma la puntuación SERVQUAL ponderada de los cinco criterios obteniéndose una puntuación SERVQUAL ponderada combinada
3. Se suma las puntuaciones obtenidas en el paso anterior para cada cliente y se divide entre el número de clientes

2.2.5.2.Aplicaciones SERVQUAL

Al determinar la deficiencia 5, la organización no sólo puede evaluar la calidad global de su servicio, de la forma como lo ven los clientes, sino que ayuda a reconocer aspectos valorados y menos valorados y a partir de esto poder realizar una evaluación interna determinando las razones del porqué del nivel de calidad. El instrumento SERVQUAL puede ser utilizado de distintas formas, como lo muestra el trabajo de Zeithaml, Parasuraman, y Berry y lo veremos a continuación:

A. Para comparar las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo.

Las evaluaciones pueden realizarse más de una vez con el motivo de monitorear los cambios sufridos después de haberse ejecutado

acciones de mejora, desde la última vez que se aplicó, estos pueden hacerse en ciclos de seis meses a un año.

B. Para comparar las puntuaciones SERVQUAL de una empresa contra las puntuaciones de sus competidores

La puntuación SERVQUAL de una empresa no solo nos da información respecto a la salud de nuestra empresa sino también ayuda a conocer la realidad de otras empresas de nuestro sector. Se evalúa a los clientes de los principales empresas competidoras de esta manera se visualiza un panorama global de mercado respecto a las necesidades y requerimientos del cliente.

C. Para examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad

Con SERVQUAL se puede clasificar a los clientes según su percepción del servicio, al igual que el nivel general de calidad de servicio (alto, medio y bajo). De esta manera se utiliza la variabilidad del perfil de los clientes para estratificarlos y poder desarrollar estrategias para mejorar su percepción de los servicios

D. Para evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad

Dentro del modelo de deficiencias de la calidad de los servicios hay instrumentos que evalúan las brechas internas, sin embargo el modelo SERVQUAL puede ser utilizado para medirlos como clientes externos a los trabajadores de distintas áreas funcionales,

tales como logística, recursos humanos, contabilidad, marketing, operaciones entre otras. Esto ayuda a evaluar las percepciones entre los trabajadores y sus actividades de una organización

2.2.5.3. Metodología para medir las deficiencias en el servicio ofrecido por los proveedores y sus factores

En la presente metodología se analiza el enfoque para medir las “deficiencias” internas y cuantificar sus antecedentes en el modelo de calidad de servicio. Para la medición de la “deficiencia 1” el resultado fue interpretado de la misma forma que la metodología SERVQUAL y para los resultados de las demás deficiencias y los factores de estas, los rangos están ubicados en una escala de 5, siendo 5 el puntaje máximo positivo que representa una eficiencia alta en la gestión de estos factores, 1 el puntaje máximo negativo que presenta una gestión totalmente ineficiente y siendo 3 un puntaje que represente un gestión con eficiencia modesta.

MEDICIÓN DE LAS DEFICIENCIAS

Medición de la deficiencia 1

La medición de esta deficiencia interna es distinta a las demás, ya que dispone de un instrumento y manejo de información distinto. El instrumento de esta deficiencia utiliza los mismos 22 enunciados para para medir las expectativas de los clientes en la metodología

SERVQUAL, estos enunciados de expectativas son aplicados a los directivos de la organización de la misma manera al igual que el peso relativo

El resultado de esta medición se calcula de la siguiente manera:

1. Determinar la puntuación media (promedio) de las dimensiones de la calidad en el cuestionario de expectativas aplicado a los clientes, sumando los puntajes de los ítems de cada dimensión divididos entre el total de sus ítems
2. Se repite el paso 1 pero aplicado a los directivos de la empresa evaluada
3. Se restan los promedios del paso 1 menos los promedios del paso 2 y la diferencia de estos es la cuantificación de la “deficiencia 1” para cada criterio (dimensiones)
4. Para obtener una puntuación ponderada se realizan los pasos 1, 2 y 3 calculándolos con los pesos relativos de las dimensiones de la calidad de manera semejante a lo visto en la metodología SERVQUAL

Medición de las deficiencias de la 2 a la 4

Para medir estas deficiencias se pide directamente a los miembros de las muestras de empleados de la empresa evaluada que indiquen su estimación respecto a la amplitud de esas deficiencias. El instrumento que se utiliza está distribuido en 5 enunciados los cuales están ligados cada uno a las dimensiones de calidad de servicio. El instrumento

para medir estas deficiencias está distribuido de la misma forma pero es aplicado para diferentes trabajadores.

El resultado de esta medición se calcula de la siguiente manera:

1. Primero se obtiene los promedios de las dimensiones, sumando los puntajes de sus ítems (cada pregunta de todos los evaluados), luego se divide entre el total de ítems de su respectiva dimensión.
2. Finalmente se determina el puntaje global sumando los promedios obtenidos en el “paso 2” y dividiéndolos entre el total de las dimensiones (cinco)

Entrevistados apropiados para medir las deficiencias de la 1 a la 4

Las deficiencias internas clasifican y evalúan en dos partes, la deficiencias 1 y 2 están orientadas a los directivos, gerentes y demás personas encargados de diseñar las directrices de una organización y las deficiencias 3 y 4 evalúan al personal de contacto, de ventas, y otros cargos operativos. Sin embargo existe la posibilidad de utilizar el instrumento de a deficiencia 1 para saber que percepción tienen los trabajadores del perfil del cliente.

MEDICIÓN DE LOS FACTORES DE LAS DEFICIENCIAS

1, 2, 3 Y 4

Existen factores potenciales para la existencia de las deficiencias en la calidad de los servicios. La evaluación de estos antecedentes, para encontrar su participación en la gestión de la calidad de servicio es determinante, ya que podremos saber los puntos críticos en la gestión realizada y se podrán diseñar estrategias para reducir las deficiencias. Los instrumentos utilizados para medir estos antecedentes son dos, el primero instrumento conformado por 20 enunciados evalúan los antecedentes de las deficiencias 1 y 2, el segundo instrumento conformado por 30 enunciados evalúa los antecedentes de las deficiencias 3 y 4. La distribución de las preguntas en los instrumentos son los siguientes:

Evaluación de 20 afirmaciones

Factores de la Deficiencia 1	Declaraciones
Orientación a la investigación de marketing	Declaraciones 1 a 4
Comunicación ascendente	Declaraciones 5 a 8
Niveles de dirección	Declaración 9
Factores de la Deficiencia 2	Declaraciones
Compromiso de la dirección con la calidad de servicio	Declaraciones 10 a 13
Establecimiento de objetivos	Declaraciones 14 a 15
Establecimiento de normas estándar	Declaraciones 16 a 17
Percepción de inviabilidad	Declaraciones 18 a 20

Evaluación de 30 afirmaciones

Factores de la Deficiencia 3	Declaraciones
Trabajo en equipo	Declaraciones 1 a 5
Ajuste empleado-función	Declaraciones 6 a 7
Ajuste tecnología-función	Declaración 8
Control percibido	Declaraciones 9 a 12
Sistemas de supervisión y control	Declaraciones 13 a 15
Conflictos funcionales	Declaraciones 16 a 19
Ambigüedad de las funciones	Declaraciones 20 a 24
Factores de la Deficiencia 4	Declaraciones
Comunicación horizontal	Declaraciones 25 a 28
Tendencia a prometer en exceso	Declaraciones 29 a 30

La forma en la que se calcula la puntuación de los antecedentes en las dos evaluaciones es la siguiente:

1. Las puntuaciones de los ítems expresados de forma negativa se calcularán con valor contrario. Por ejemplo, una puntuación de 5 será considerada como 1, una de 4 como 2, etc.
2. Para cada encuestado se suma las puntuaciones de los ítems de cada antecedente y se divide entre el total de los ítems por antecedente.
3. Para obtener las puntuaciones globales de cada antecedente de las **deficiencias**, se suman las puntuaciones obtenidas en el **paso anterior** y se divide entre el número de encuestados.

4. Para determinar las puntuaciones globales de las **deficiencias1 ,2, 3 y 4** se suman las puntuaciones globales de los antecedentes obtenidos en el **paso 3** y se divide entre el total de los antecedentes

2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS

2.3.1. Cliente

La Real Academia Española (2014) señala que el cliente es la persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

2.3.2. Fidelización del cliente

Grönroos (1989, p.45). "una relación duradera que el consumidor ha ido construyendo con el proveedor a lo largo de sus experiencias de consumo"

Fidelización del cliente es un concepto de marketing. La fidelización es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica.

2.3.3. Expectativa

Real Academia Española (2014) Esperanza de realizar o conseguir algo.

La expectativa resulta ser el sentimiento de esperanza que experimenta un individuo ante la posibilidad de poder lograr un objetivo o cualquier otro tipo

de conquista en su vida. Ejemplo: Tengo la expectativa que mañana me llamarán para la entrevista laboral en el empleo de mi hermano

2.3.4. Percepción

Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos.

2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general

El nivel de calidad de servicio al cliente es baja en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias “C&L Contratistas Generales SAC” en el periodo 2017

2.5. VARIABLES

2.5.1. Operacionalización de las

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFICIENCIAS		TECNICA E INSTRUMENTO		
Calidad de servicio al cliente	La calidad del servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas de los clientes y sus percepciones. Berry, Parasumaran y Zeithaml (1993)	Identificación de percepciones, expectativas y características inherentes al servicio	A. Elementos tangible	Infraestructura	DEFICIENCIA 5	DEFICIENCIA EXTERNA O GLOBAL		SERVQUAL Encuesta-cuestionario	
				Apariencia					
			B. Fiabilidad	Confiabilidad					
				Credibilidad					
									DEFICIENCIAS INTERNAS
		C. Capacidad de respuesta	Disposicion	Voluntad		DEFICIENCIA 1. Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos	FACTORES		Medición deficiencias y sus de factores(Encuestas-cuestionarios)
				Cumplimiento			Orientación a la investigación de marketing		
		D. Seguridad	Puntalidad	Atención		DEFICIENCIA 2. Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad	Comunicación ascendente		
				Comprension			Niveles de dirección		
		E. Empatía	Atencion	Comprension		DEFICIENCIA 3. Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio	Compromiso de la dirección con la calidad del servicio		
					DEFICIENCIA 4. Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa		Establecimiento de objetivos		
						Establecimiento de normas estándar			
						Percepción de inviabilidad			
						Trabajo en equipo			
						Ajuste empleado-función			
				Ajuste tecnología-función					
				Control percibido					
				Sistemas de supervisión y control					
				Conflictos funcionales					
				Ambigüedad de las funciones					
				Comunicación horizontal					
				Tendencia a prometer en exceso					

III. MATERIAL Y TÉCNICAS

3.1 TIPO Y NIVEL INVESTIGACIÓN

3.1.1 Tipo de investigación

Básica.- El tipo de investigación básica porque está direccionada hacia un fin cognoscitivo, incidiendo en el mejoramiento de los conocimientos existentes y ampliándolos.

3.1.2 Nivel de investigación

Descriptiva.-La meta de investigación consiste en describir un fenómeno, situación y contexto, como son y cómo se manifiestan encontrando el vínculo y/o relación entre elementos de un fenómeno. Es decir únicamente se pretende medir, recoger y relacionar información sobre los conceptos tratados

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

La población de impacto en la presente investigación son los clientes externos registrados de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC, al igual que sus clientes internos y directivos. Los cuales conforman un total de 126 personas, 120 son clientes externos y 6 internos incluidos los directivos

3.2.2 Muestra

En la presente investigación no habrá muestreo, se evaluará a la población completa, al ser factible su evaluación total. Forman dos grupos de 120 y

6 personas respectivamente, los cuales se distribuyen en clientes internos, externos y gerentes de la empresa.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación del presente trabajo es no experimental transversal, porque únicamente se midió las variables sin manipularlas deliberadamente y por qué la recolección de dato fue realizada una sola vez.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnica: Encuesta

Las metodologías de recolección de datos para la presente investigación es el modelo SERVQUAL el cual mide el nivel de calidad de servicio global (Deficiencia 5) y la técnica de recolección de información de deficiencias internas (1, 2, 3, y 4), todas ellas utilizando la técnica de la entrevista.

3.4.2 Instrumento: Cuestionario

Los instrumentos utilizados para recoger información en nuestra investigación es el “cuestionario”, estos miden las deficiencia en el servicio ofrecido y las deficiencias que generan a este resultado.

Esta metodología evalúa las deficiencias las “DEFICIENCIAS 1, 2, 3, 4 y 5” del modelo conceptual de la calidad de servicio.

Se utilizan declaraciones, para medir muchos de factores (por ejemplo, los conflictos funcionales, la ambigüedad de funciones). Elaboramos una escala combinada de 5 puntos (clasificados desde muy de acuerdo hasta

muy en desacuerdo) como respuestas a las declaraciones, para obtener la puntuación que le daban los entrevistados.

El grupo de declaraciones que utilizamos para la encuesta se aplica a los niveles directivos y colaboradores de la empresa. Las cuestiones se conforman de cuatros, dos de veintidós, tres de cinco, una de veinte y uno de 30 enunciados respectivamente

3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.5.1. Técnicas de procesamiento

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Excel, ya que el cuestionario el cual emplearemos es de escala multidimensional y este programa por sus características amplias y flexibles de análisis estadístico y gestión de información es capaz de trabajar eficientemente.

3.5.2. Análisis de datos

El análisis de los resultados se hizo a través de los resultados arrojados posteriormente al procesamiento de la información en forma de:

- Tablas
- Gráficos
- Índice de brechas

IV. RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

En la presente investigación, las evaluaciones fueron proyectadas hacia los clientes externos, directivos y demás colaboradores de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC, buscando identificar el nivel de calidad de servicio al cliente, los atributos más valorados por los clientes y los factores determinantes que conllevan al nivel de calidad actual.

4.1.1. Nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L contratistas Generales SAC.

A través de la evaluación de los 120 clientes externos registrados de la empresa C&L Contratistas Generales SAC utilizando el modelo SERVQUAL se pudo determinar el nivel de calidad de servicio, el cual se muestra a continuación.

Tabla 4.1

Calificación SERVQUAL ponderada en C&L Contratistas Generales
SAC

Población/ muestra	Dimensiones					P. SERVQUAL Global
Cientes	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	-0.26
120	-0.24	-0.31	-0.25	-0.28	-0.22	

Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

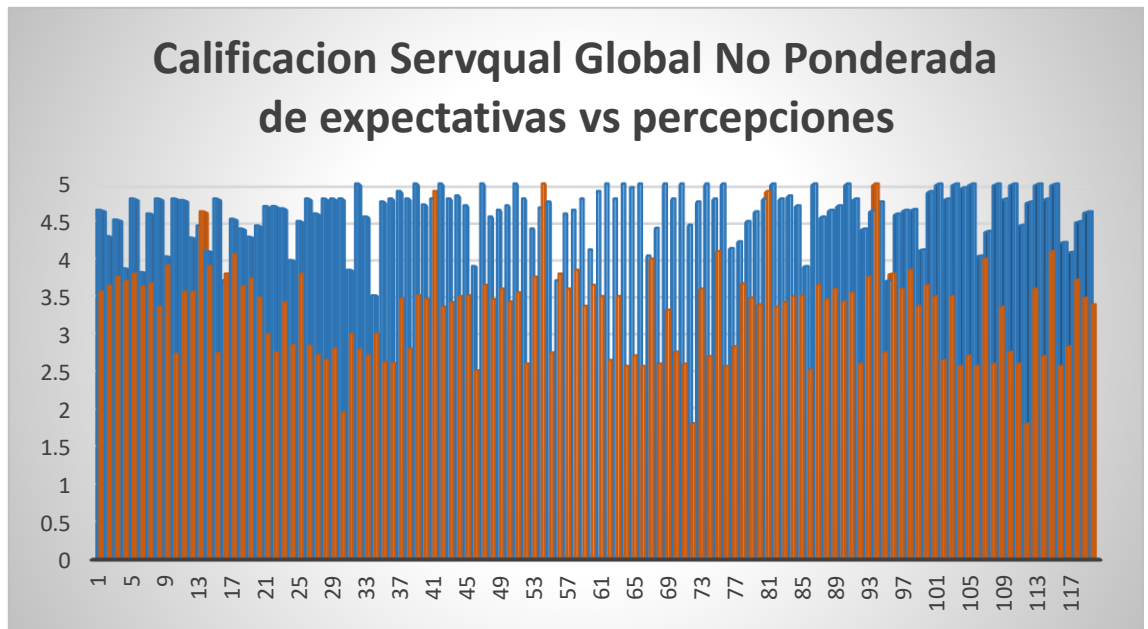
Elaborado por el autor

En la *tabla 4.1* se encuentran las puntuaciones ponderadas combinadas SERVQUAL de cada dimensión que su promedio conforman la puntuación SERVQUAL global el cual representa el nivel de calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC.

El índice ponderado global SERVQUAL es de -0.26, el cual señala una calidad de servicio baja, ya que el puntaje arroja es negativo. Este resultado nos indica que C&L Contratistas Generales SAC no está teniendo una gestión de calidad de servicio eficiente, lo cual implica un descontento por parte de sus clientes y la reducción de sus utilidades.

Grafico 4.1

Comparación de expectativas y percepciones de los clientes evaluados



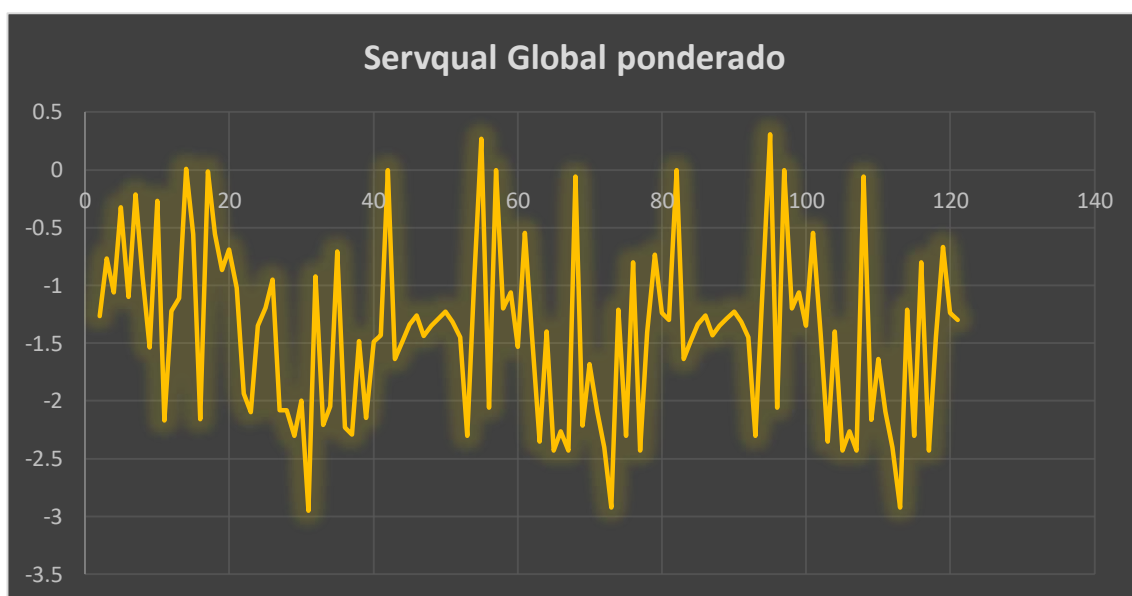
Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

En el *grafico 4.1* se muestran las expectativas y percepciones de cada cliente evaluado, respecto a los cinco criterios de calidad de servicio en una escala de cinco puntos.

Grafico 4.2

Nivel de calidad de servicio de C&L Contratistas Generales SAC



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

En el *grafico 4.2* se muestran las variaciones en los puntajes individuales SERVQUAL de todos los clientes evaluados

4.1.2. Amplitud de las brechas de los cinco criterios de la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC.

El perfil y las necesidades de los clientes varían según el rubro de mercado en el que participan, de la misma manera los clientes de C&L Contratistas

Generales guardan semejanzas en sus intereses referente a aspectos de la calidad de servicio, esto implica una mayor importancia sobre algunos aspectos que en otros, por ende existirán brechas más amplias en algunos criterios respecto a las percepciones y expectativas de los servicios. Por ellos antes de presentar la información respecto a la amplitud de las brechas de los criterios de calidad se mostrara la importancia relativa valorada por los clientes, A continuación se dará mayor detalle de estos resultados.

Grafico 4.3



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

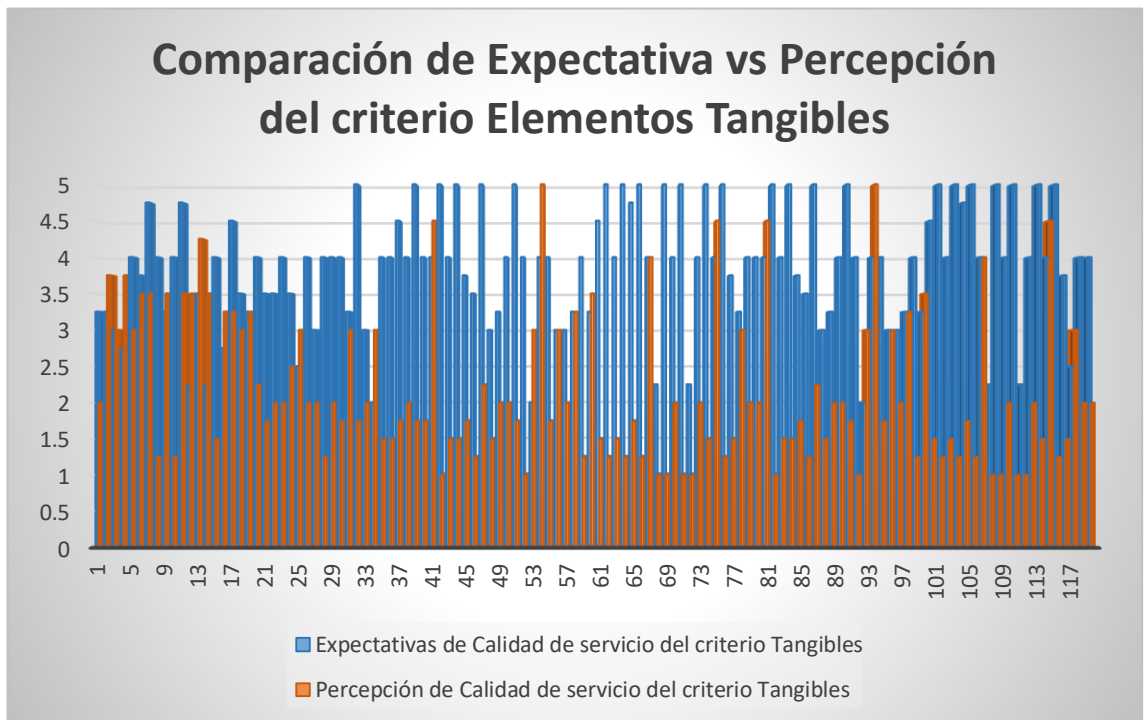
En el *grafico 4.3* se muestra las distribución de los 5 criterios de la calidad de servicio respecto a la importancia que le dan los clientes evaluados de la empresa C&L Contratistas Generales SAC. El criterio de mayor importancia es la “fiabilidad” con un 26%, seguida de la “seguridad” con 24%, por otro lado tenemos como criterio menos valorado a “elementos tangibles” con un puntaje de 12%.

Esto nos indica que los clientes buscan una empresa que les brinde la certeza que harán un servicio adecuado, cumpliendo las especificaciones exactas, también nos muestra que la apariencia de las instalaciones, equipos y trabajadores es importante para los cliente pero de menor manera.

4.1.2.1.Elementos tangibles

El criterio “elementos tangibles “de la calidad de servicio hace referencia al aspecto visual de una empresa, ya sea infraestructura, apariencia de los equipos, maquinarias y que los trabajadores estén vestidos de acuerdo a su función.

Grafico 4.4



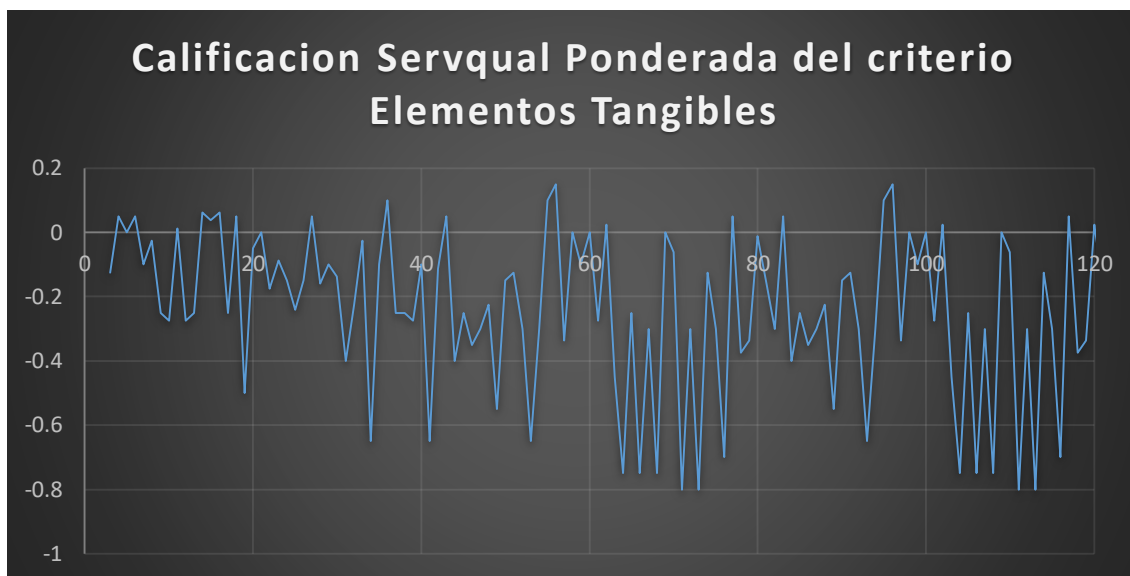
Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.4* muestra la comparación entre las expectativas y percepciones de los enunciados de la evaluación SERVQUAL del criterio “elementos tangibles”.

El promedio del puntaje de expectativas es de 3.86 y el promedio del puntaje de percepciones es de 2.18.

Grafico 4.5



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

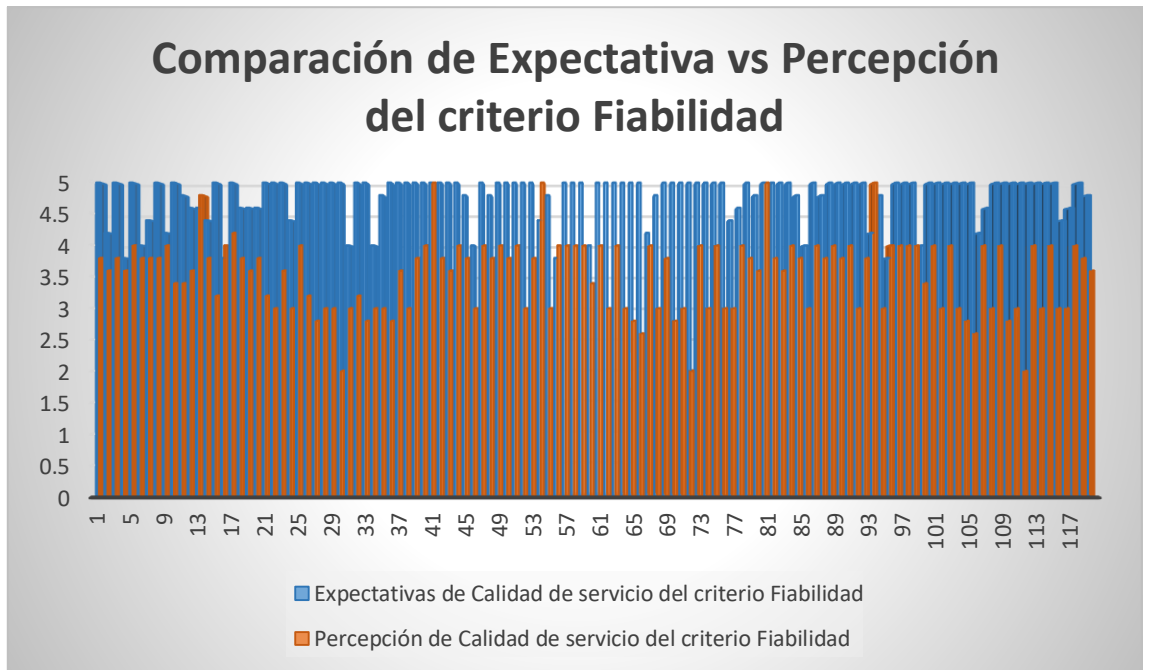
Elaborado por el autor

En el *grafico 4.5* muestra que el puntaje promedio SERVQUAL ponderado para el criterio “elementos tangibles” es de -0.24. Este resultado muestra un nivel bajo por encontrarse con una puntuación negativa.

4.1.2.2.Fiabilidad.

El criterio de “fiabilidad” de la calidad de servicio hace referencia a las promesas cumplidas por el proveedor de servicio, a los métodos utilizados por el proveedor de servicio sean los adecuados, a que el servicio prestado se haya realizado de la mejor manera. En estudios previos a este al momento de evaluar indistintamente sea el rubro en el que opere la empresa, la “fiabilidad” es un atributo que resalta en la preferencia de todos.

Grafico 4.6

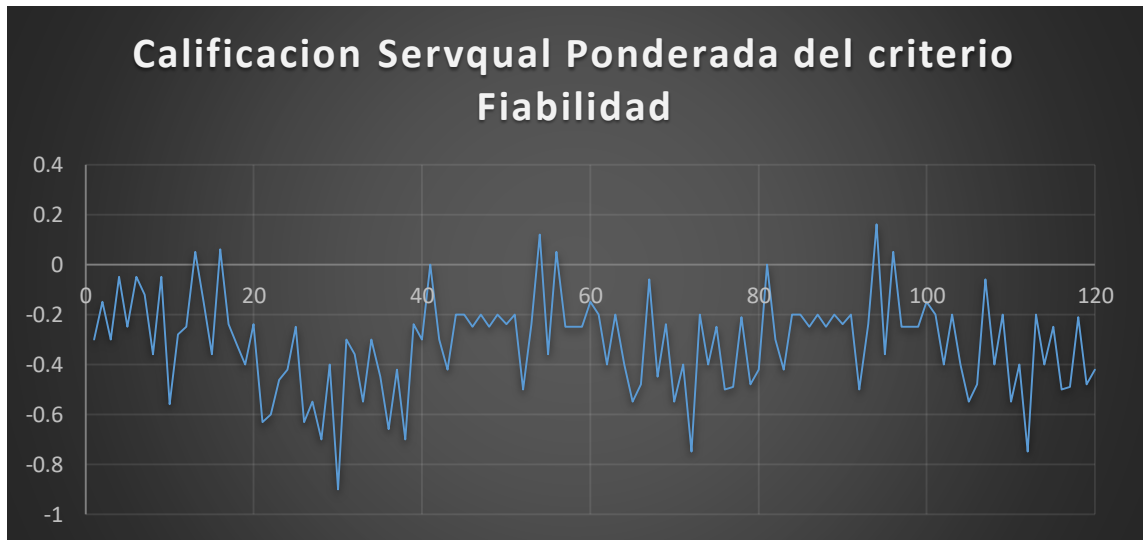


Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.6* muestra la comparación entre las expectativas y percepciones de los enunciados de la evaluación SERVQUAL del criterio “fiabilidad”. El promedio del puntaje de expectativas es de 4.79 y el promedio del puntaje de percepciones es de 3.54. Las expectativas de este criterio son muy alta, lo que confirma su importancia relativa.

Grafico 4.7



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

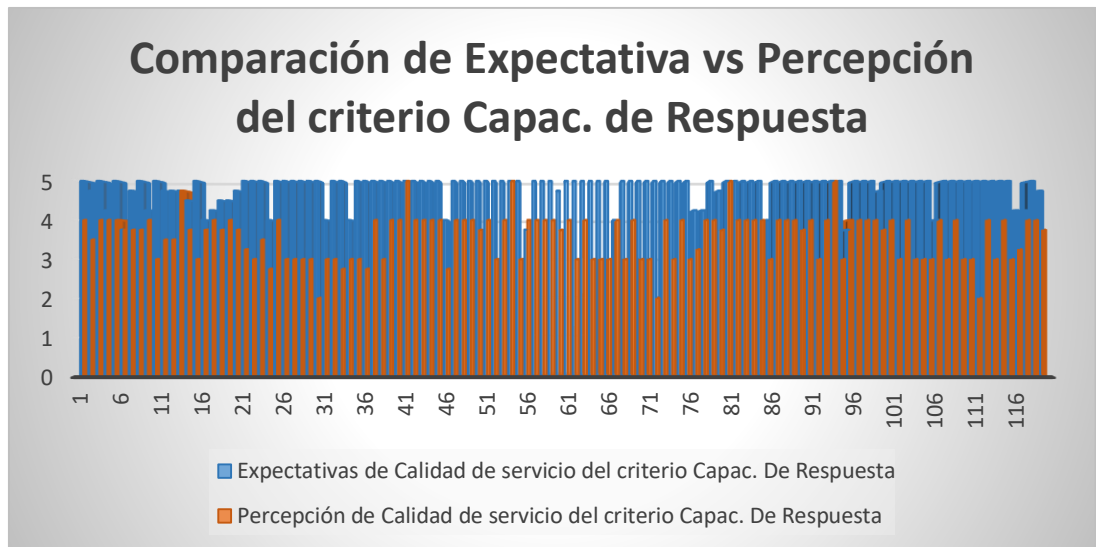
Elaborado por el autor

El *grafico 4.7* muestra que el puntaje promedio SERVQUAL ponderado para el criterio “fiabilidad” es de -0.31. Este resultado muestra un nivel bajo por encontrarse con una puntuación negativa.

4.1.2.3.Capacidad de respuesta

El criterio de “capacidad de respuesta” de la calidad de servicio hace referencia a la rapidez de la empresa proveedora de servicios y sus miembros para responder a los requerimientos en general, de los clientes, ya sea en el envío de un producto, la asistencia rápida de pos venta, el desplazamiento a un lugar, etc.

Grafico 4.8

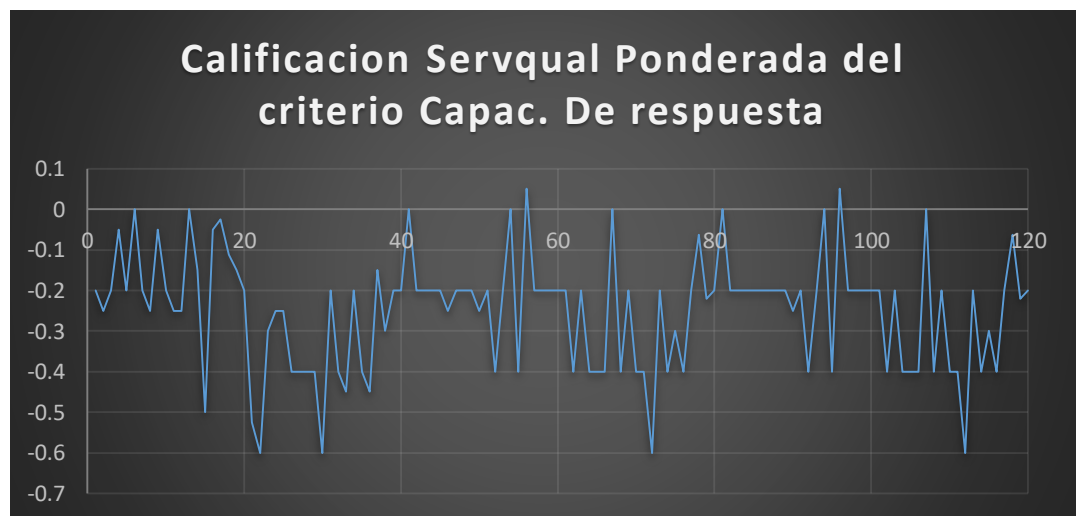


Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.8* muestra la comparación entre las expectativas y percepciones de los enunciados de la evaluación SERVQUAL del criterio “capacidad de respuesta”. El promedio del puntaje de expectativas es de 4.82 y el promedio del puntaje de percepciones es de 3.59.

Grafico 4.9



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.9* muestra que el puntaje promedio SERVQUAL ponderado para el criterio “capacidad de respuesta” es de -0.25. Este resultado muestra un nivel bajo por encontrarse con una puntuación negativa.

4.1.2.4.Seguridad

El criterio de “seguridad” de la calidad de servicio hace referencia a la tranquilidad con que un cliente se vincula con un proveedor de servicio, a hacer tratos y contraprestaciones.

Grafico 4.10

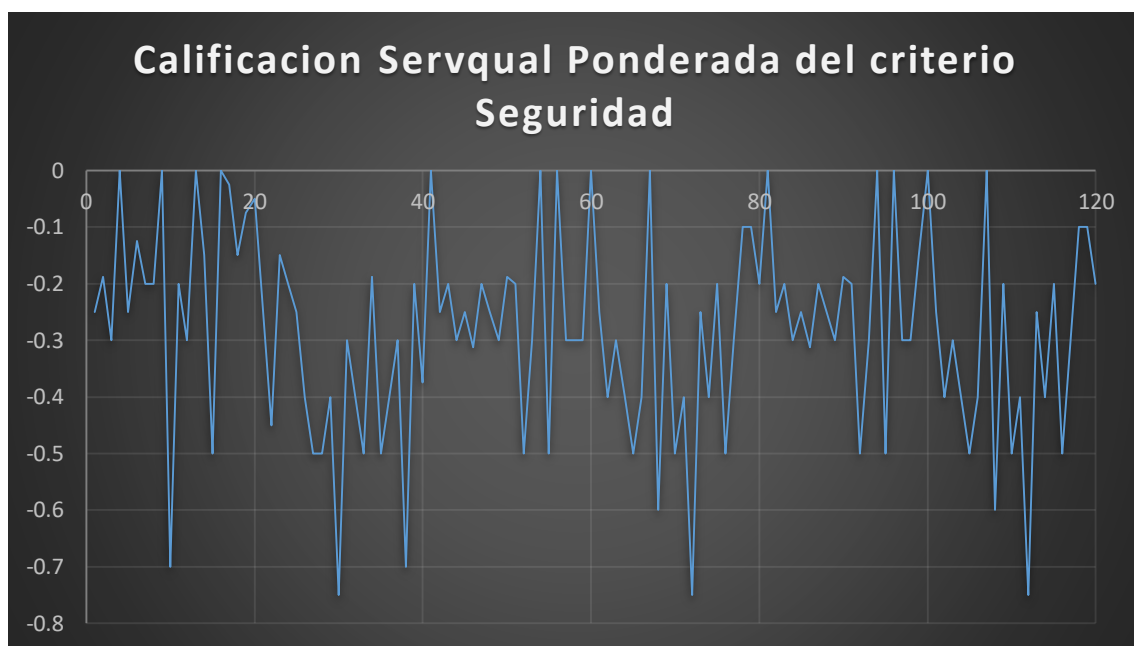


Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.10* muestra la comparación entre las expectativas y percepciones de los enunciados de la evaluación SERVQUAL del criterio “seguridad”. El promedio del puntaje de expectativas es de 4.80 y el promedio del puntaje de percepciones es de 3.63

Grafico 4.11



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

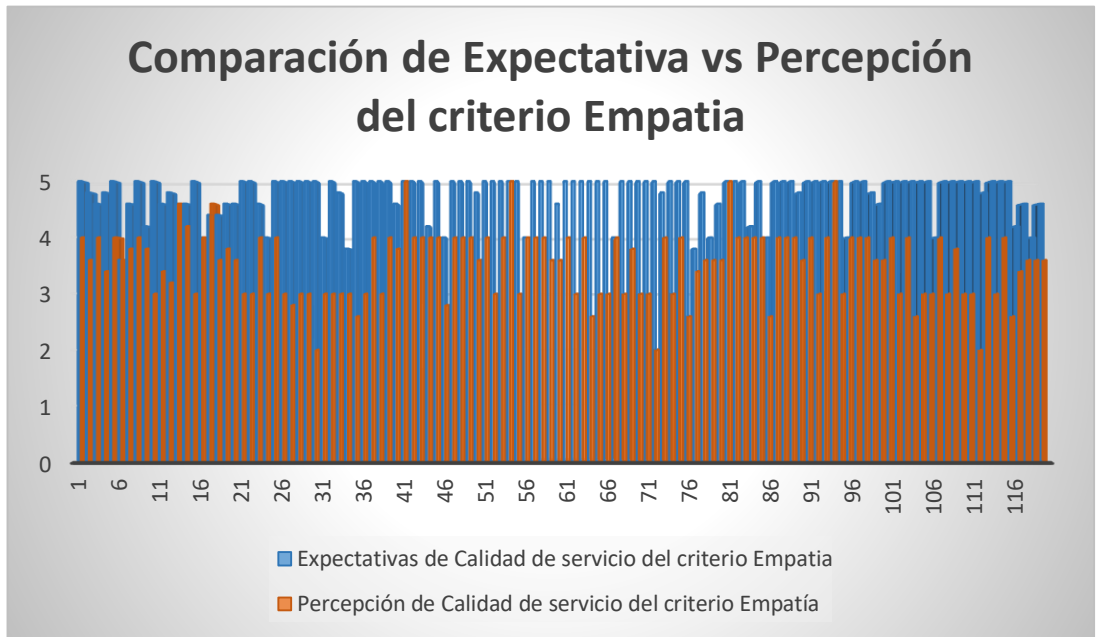
Elaborado por el autor

El *grafico 4.11* muestra que el puntaje promedio SERVQUAL ponderado para el criterio “seguridad” es de -0.28. Este resultado muestra un nivel bajo por encontrarse con una puntuación negativa.

4.1.2.5. Empatía

El criterio de “empatía” de la calidad de servicio hace referencia a la atención individualizada y personalizada con se dirige a un cliente, entender y comprender sus necesidades específicas.

Grafico 4.12

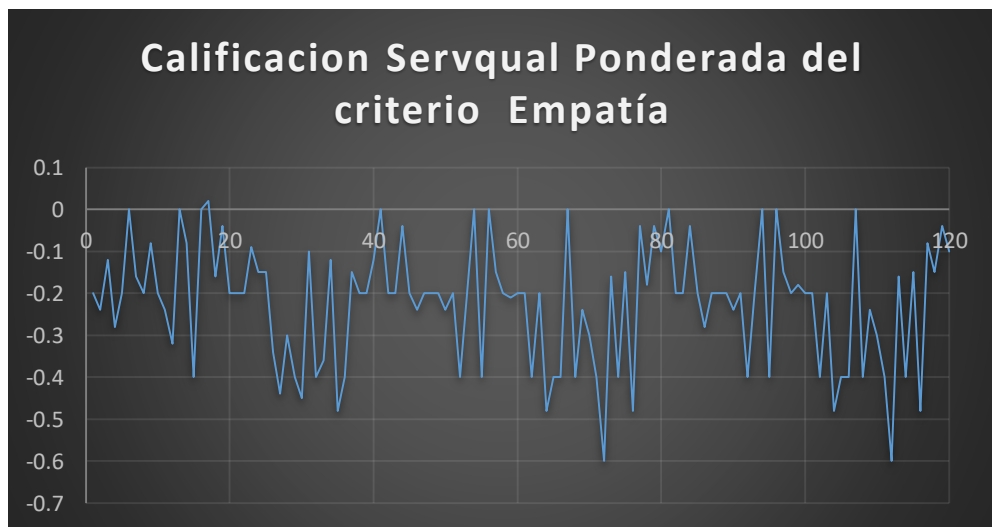


Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.12* muestra la comparación entre las expectativas y percepciones de los enunciados de la evaluación SERVQUAL del criterio “empatía”. El promedio del puntaje de expectativas es de 4.77 y el promedio del puntaje de percepciones es de 3.54

Grafico 4.13



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

El *grafico 4.13* muestra que el puntaje promedio SERVQUAL ponderado para el criterio “empatía” es de -0.22. Este resultado muestra un nivel bajo por encontrarse con una puntuación negativa.

Como se puede apreciar en los resultados existen brechas negativas en todos los criterios de la calidad de servicio, estando en los extremos los criterios de “fiabilidad” y empatía” con una oscilación de -0.31 y -0.22 respectivamente. La “fiabilidad” coincidió su importancia relativa entre los demás criterios con puntuación SERVQUAL, el cual determina la brecha entre las expectativas de los clientes y sus percepciones; por otro lado la amplitud de la diferencia entre las expectativas y percepciones de “seguridad” fue menor indicando un mejor nivel de calidad de servicio respecto a los demás criterios sin embargo sigue teniendo un nivel bajo por su posición negativa en la escala

4.1.3. Análisis de las deficiencias internas en la gestión de la calidad de servicio respecto al modelo de deficiencias en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC

El resultado de la evaluación SERVQUAL indica el nivel de calidad de servicio, este resultado es producto de la medición de la “deficiencia 5” del modelo calidad de servicio llamado “modelo de deficiencias”. La “deficiencia 5” es llamada deficiencia global, porque muestra el nivel de calidad de la empresa de forma general, de la misma manera existen deficiencias internas que a su vez tienen factores determinantes que las

conforman. La buena o mala gestión de estos factores se trasmite al nivel de calidad del servicio de la empresa.

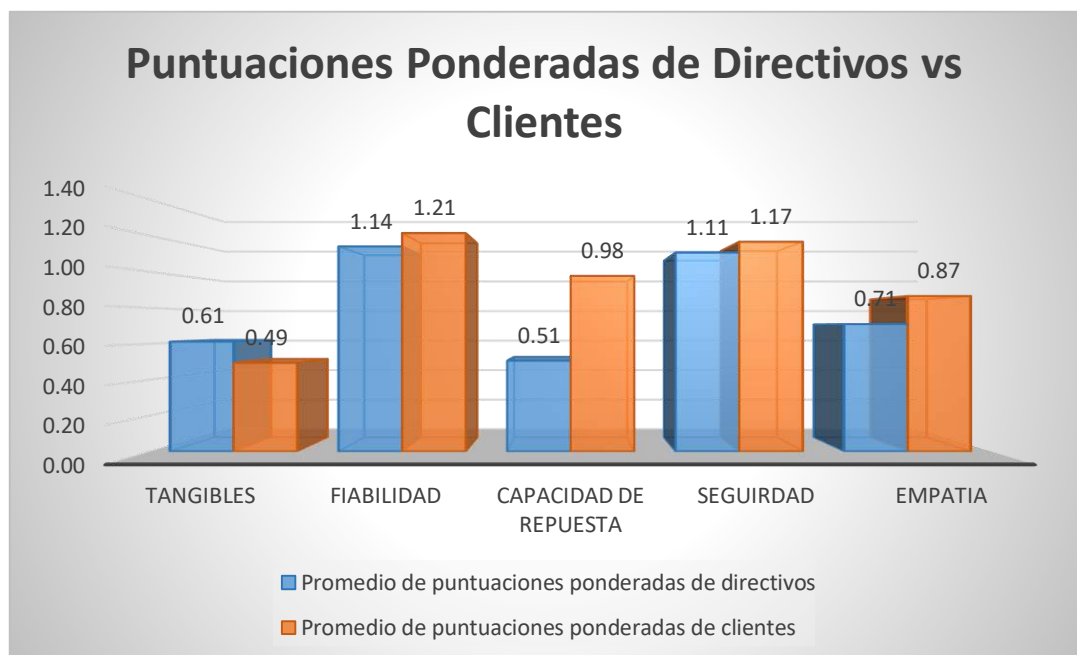
A continuación se mostrara el resultado de la medición y análisis de las deficiencias internas (deficiencias 1, 2, 3 y 4) y sus factores determinantes que las generan.

4.1.3.1. Medición de las deficiencias internas.

4.1.3.1.1. Medición de la deficiencia 1: Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Esta deficiencia es la falta de conocimiento de las expectativas de los clientes por parte de los directivos de la empresa.

Grafico 4.14



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

En el *grafico 4.14* se muestra los resultados de la evaluación de expectativa aplicada tanto a los clientes como a los directivos de

la empresa C&L Contratista Generales, con referencia a los cinco criterios de la calidad de servicio. Existe un común entre las puntuaciones, las expectativas de los clientes es mucho mayor que de los directivos, recayendo la mayor brecha negativa sobre el criterio de “capacidad de respuesta” con -0.47, a diferencia de los “elementos tangibles” que tiene una brecha positiva de 0.12.

Grafico 4.15



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

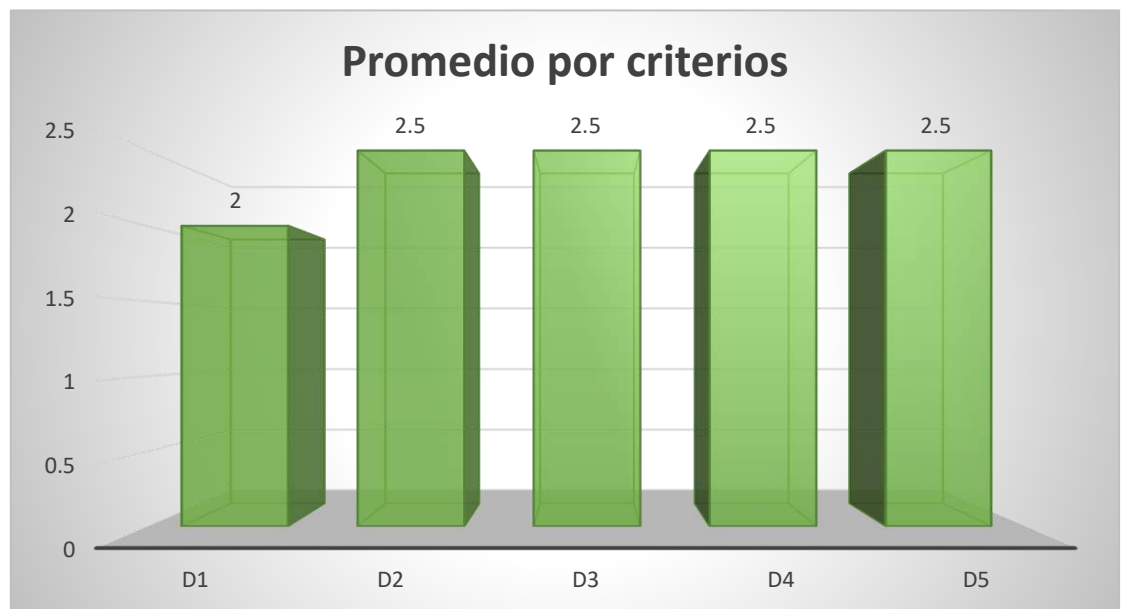
Elaborado por el autor

En el *grafico 4.15* podemos observar la puntuación global, con brecha global amplia entre los clientes y los directivos de -0.12, esto representa la discrepancia entre lo que perciben los clientes y lo que perciben los directivos de la empresa C&L Contratistas Generales SAC como un servicio de calidad

4.1.3.1.2. Medición de la deficiencia 2: Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad

Esta deficiencia es la falta de estándares y normales de calidad formales una vez determinada las expectativas y necesidades del cliente. En los siguientes resultados se verán los promedios de los cinco criterios de la calidad de servicio y la puntuación global de la deficiencia referente a la normas de calidad. En una escala del 1 al 5 se calificara la existencia de las normas, si son formales se dará puntajes altos, si informales se darán los puntajes más bajo, los puntajes señalan la importancia que se le da a los estándares de la calidad.

Grafico 4.16

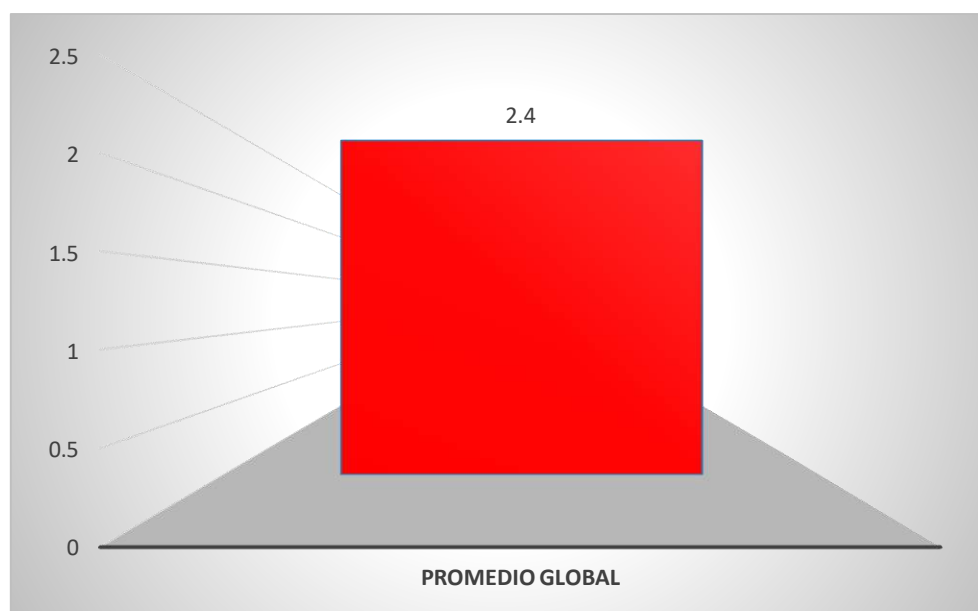


Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

Como se muestra en el *grafico 4.16* la impotencia se le da al diseño y registro normas y estándares de calidad por parte de los directivos es baja en los diferentes criterios de la calidad de servicio. Según estos resultados hay presencia de normas informales es decir, son trasmitidas de manera verbal pero que no son plasmadas en ningún documento.

Grafico 4.17



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

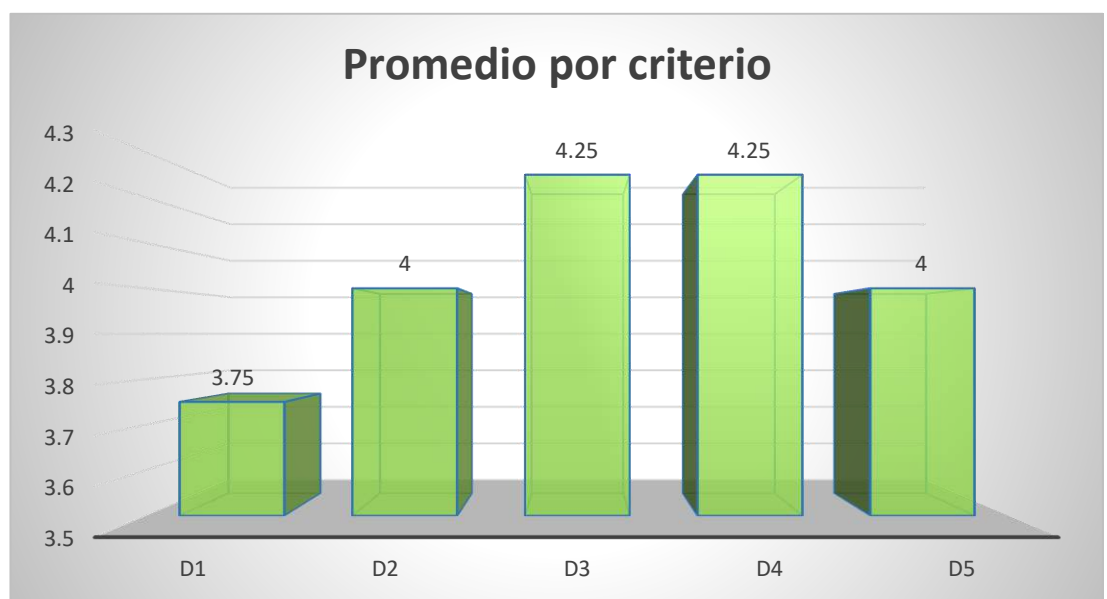
Elaborado por el auto

El grafico 4.17 muestra la medición global de la “deficiencia 2”, se observa un puntaje de 2.4 sobre una escala de 5, lo cual señala que existen normas de **calidad informales** no registradas que igualmente son trasmitidas, sin embargo no existe un registro de estándares de calidad.

4.1.3.1.3. Medición de la deficiencia 3: Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio

Esta “deficiencia” señala la presencia de normas y si estas son cumplidas, al igual que las “deficiencias 1 y 2” están orientadas a los cinco criterios de la calidad de servicio.

Grafico 4.18



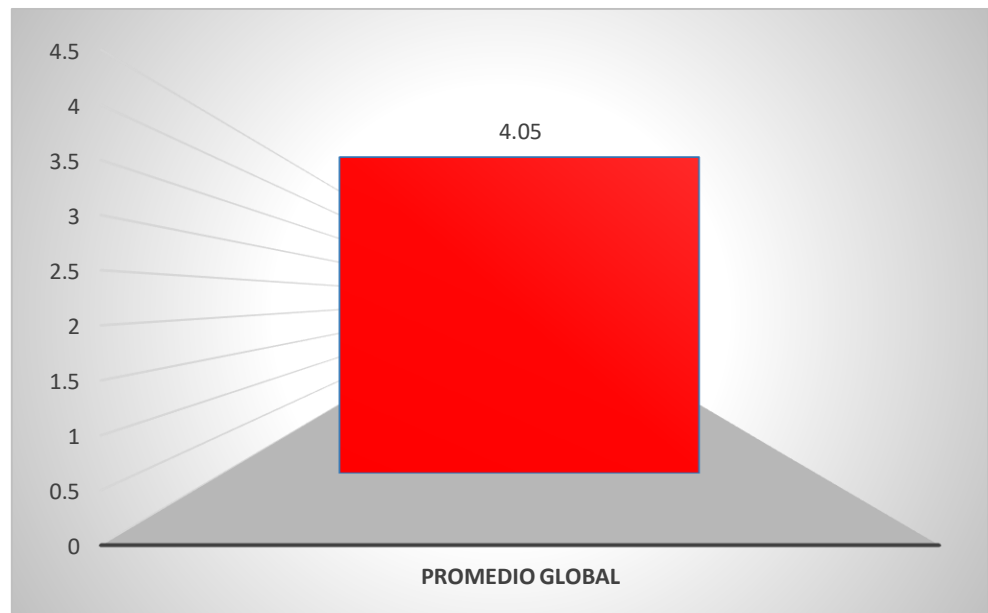
Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

En el *grafico 4.18* se muestra la opinión de los trabajadores respecto al cumplimiento de las normas de calidad dirigidas a los cinco criterios de calidad, estas como se vio en la “deficiencia” anterior son informales es decir son trasmitidas de maneras verbal pero no son plasmadas en ningún documento. Se observa que las normas dirigidas a la “capacidad de respuesta” y “seguridad” son

las que más se cumplen con una puntuación en ambas de 4.25 sobre una escala de 5, seguidos de “fiabilidad” y “empatía” con un puntaje igual de 4 puntos, finalizando con las normas dirigidas al criterio de “elementos tangibles” que tienen el puntaje más con de 3.75. Este aspecto señala un bajo cumplimiento de la normas respecto a indumentaria, equipamiento adecuado y demás elementos visuales.

Grafico 4.19



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

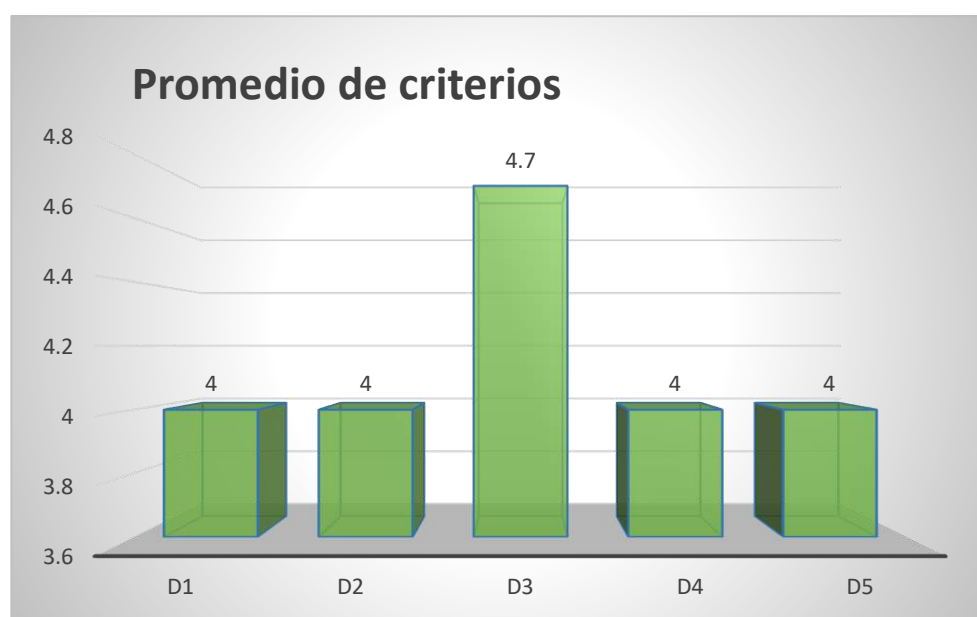
Elaborado por el auto

El grafico 4.19 muestra el puntaje global de la “deficiencia 3”, hay un cumplimiento alto de las normas de calidad (informales) con un puntaje de 4.05 sobre una escala de 5.

4.1.3.1.4. Medición de la deficiencia 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa

Esta deficiencia es discrepancia existente entre las características reales del servicio y la información proyectada por la publicidad y personas de contacto. Los resultados mostrados hace referencia del grado de transparencia del personal de venta, publicidad y demás personal de contacto, al igual que la evaluación de las otras deficiencias las puntuaciones mientras más alta representa una mejor posición.

Grafico 4.20



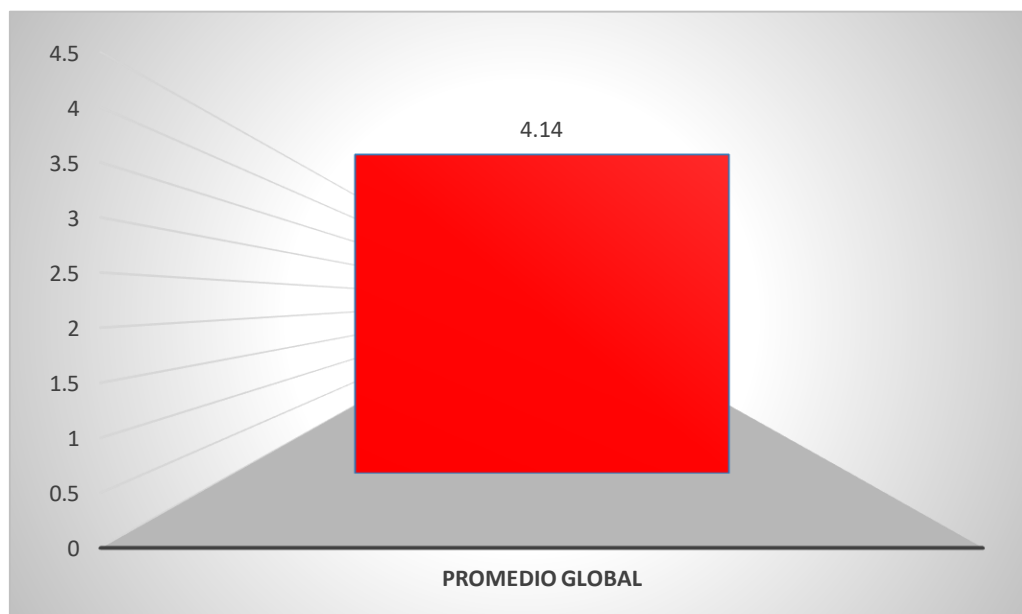
Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

En el *grafico 4.20* se observa el puntaje más alto en el criterio “capacidad de respuesta” con una valoración de 4.7, en cuanto a los demás criterios hay una paridad con un puntaje de 4.0, lo cual indica buena actitud y compromiso de los trabajadores de C&L Contratistas Generales SAC al transmitir las características del

servicio de manera objetiva y clara, con gran posibilidad de seguir mejorando.

Grafico 4.21



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

El *grafico 4.21* muestra el promedio de los cinco aspectos de la calidad de servicio orientado al grado de cumplimiento por parte de los trabajadores en transmitir información clara y puntual de la característica del servicio. El puntaje promedio de esta “deficiencia 4” es de 4.14, indica coherencia y una alta capacidad de transmitir la información por parte de los trabajadores de C&L Contratistas Generales SAC.

4.1.3.2. Factores determinantes de las “deficiencias internas”

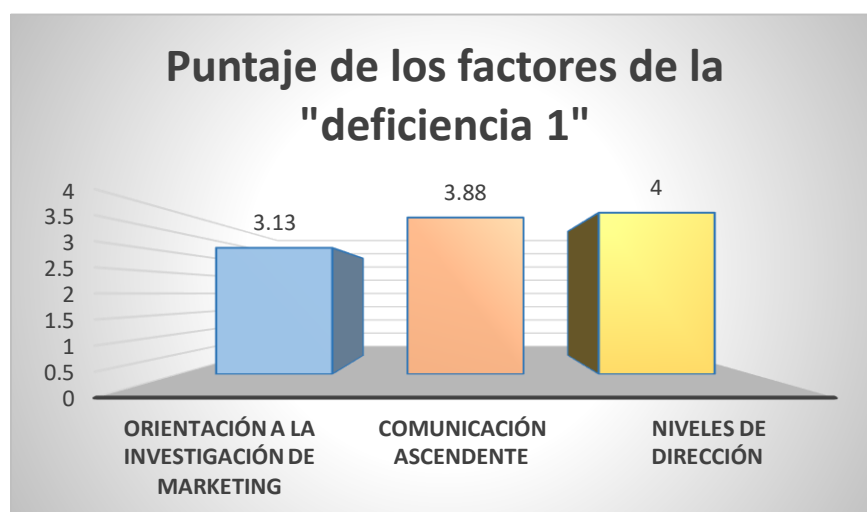
La razón por la que producen las deficiencias recae en la gestión de algunos factores determinantes. Cada deficiencia interna dispone de factores que su gestión determina una baja, media o alta calidad de servicio. A continuación mostremos la situación actual sobre la gestión de estos factores analizando a cada uno de ellos.

4.1.3.2.1. Factores de la Deficiencia 1

La “deficiencia 1” implica el conocimiento o falta de ellos sobre las necesidades y expectativas de cliente, como de sus percepciones sobre la calidad de servicio.

Los factores determinantes de la “deficiencia 1” son la inexistencia de una cultura orientada a la investigación de marketing, la inadecuada comunicación vertical ascendente y los excesivos niveles jerárquicos de mando. Haremos un análisis de cada uno de ellos.

Grafico 4.22



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

Orientación a la investigación de marketing

La orientación a la investigación de marketing, está determinada por el esfuerzo destinado a la investigar de las expectativas del cliente, utilizando evaluaciones para los clientes, sistema de reclamaciones para alimentarse de información entre otras actividades las cuales se ampliara más adelante en la presente investigación.

En el *grafico 4.22* se aprecia para este factor un puntaje de 3.13 sobre una escala de 5, lo cual indica una gestión de eficiencia media.

Comunicación ascendente

La comunicación ascendente, implica la fluidez en la comunicaciones entre el personal de contacto y los directivos de C&L contratistas Generales SAC, es importante el trabajo en este factor ya que la información que recopila el personal de contacto es de gran aporte para los directivos, ya que pueden conocer de primera mano las necesidades y el comportamiento del cliente.

En el *grafico 4.22* muestra puntaje de 3.88 sobre una escala de 5 para este factor, lo cual indica una gestión de eficiencia media y que tiene las posibilidades y obligación de seguir avanzando.

Niveles de dirección

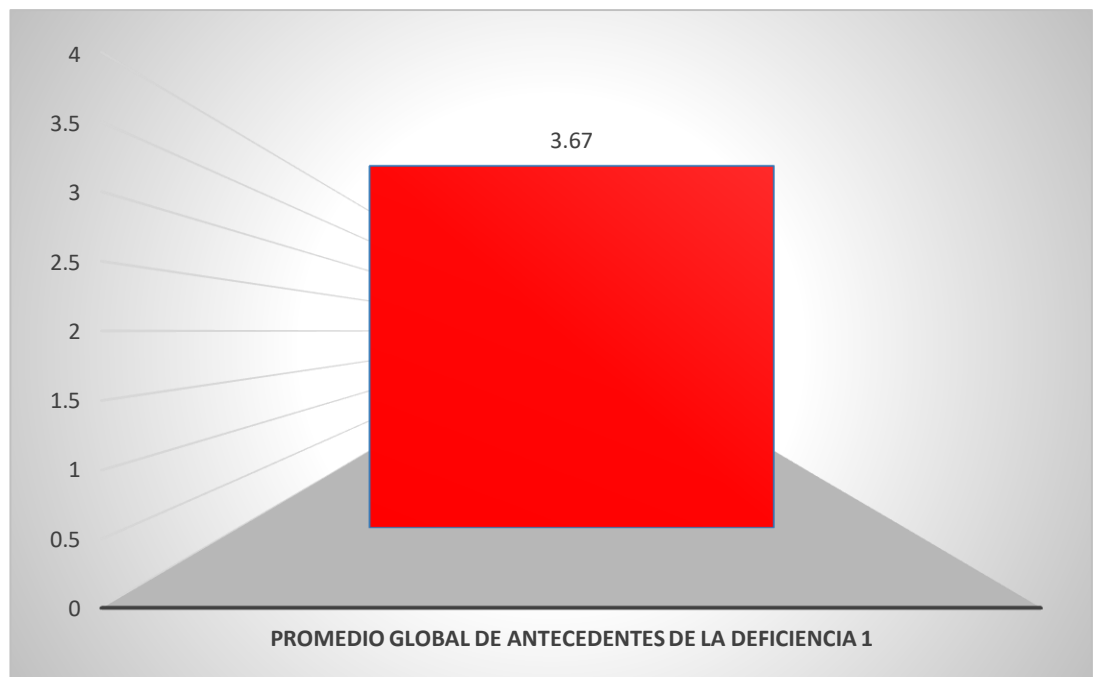
Los niveles jerárquicos de dirección deben ser distribuidos de manera funcional, mientras más simplificados y mejor

equilibrada estén, mayor fluidez de compunción habrá y la ambigüedad de información se reducirá. Justamente este es el tercer y último factor de la “deficiencia 1”. El *grafico 4.22* muestra un puntaje de 4.0 sobre una escala de 5 para este factor, lo cual indica una simplificada estructura jerárquica en C&L Contratistas Generales SAC, se pueden entender la razón de este resultado por las pocas líneas de dirección en esta empresa, lo cual ayuda a lograr una comunicación rápida.

Promedio de la evaluación de los factores de la de “deficiencia 1”

Producto de la evaluación de esta “deficiencia” se obtuvo los puntajes de cada uno de sus factores y el promedio entre ellos.

Grafico 4.23



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

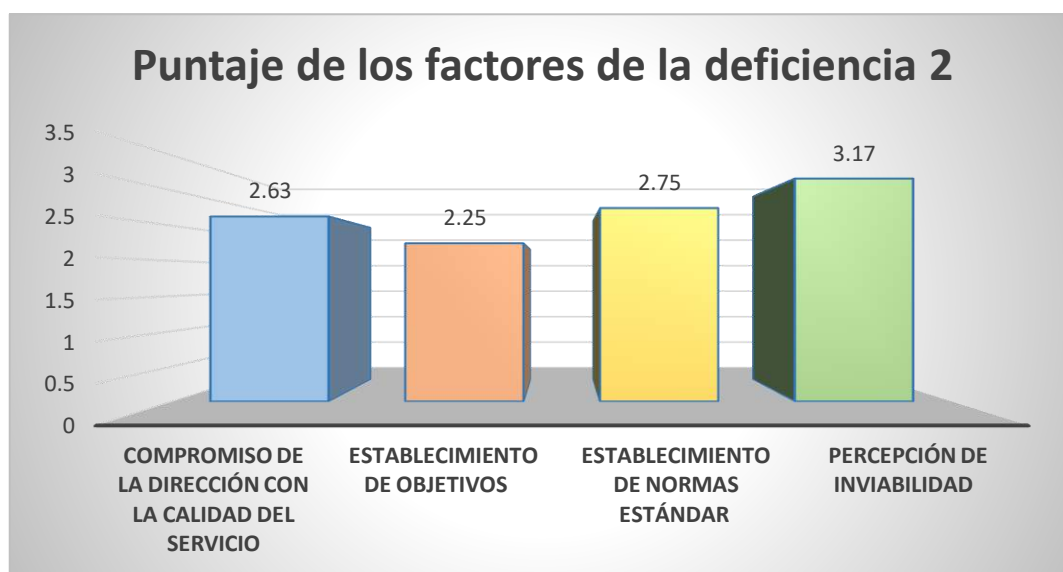
Como se observa en la *grafico 4.23* el puntaje promedio de los factores de la “Deficiencia 1” es de 3.67 en una escala de 5, lo que muestra una gestión eficiente de estos factores, sin embargo al observar los resultados de la medición de la “deficiencia 1” respecto a los cinco criterios de la calidad de servicio podemos darnos cuenta de un puntaje negativo (-0.12), esto nos indica que los buenos resultados de los factores es producto de su simplificado esquema jerárquico y comunicación ascendente, debiendo mejorar aun sus estrategias para la obtención de mayor información de las necesidades del cliente.

4.1.3.2.2. Factores de la Deficiencia 2

La “deficiencia 2” implica la eficiencia en el manejo de información de las necesidades del cliente orientadas a su registro, es decir si existen normas, protocolos u otro documento estándar en el que se plasmen actividades y normas de calidad.

Existen factores determinantes en “deficiencia 1”, el manejo y gestión de estos factores determinaran la amplitud de esta deficiencia. A continuación, se analizarán cada uno de ellos.

Grafico 4.24



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

Compromiso que asume la dirección sobre la calidad del servicio

La falta de compromiso que asume la dirección sobre la calidad de servicio es el primer factor determinante de la “deficiencia 2”, para poder diseñar normas y diseñarlas adecuadamente los directivos deben tener la intención de mejorar la calidad de servicio de su empresa, proyectando programas internos y recompensar a sus trabajadores que enfoquen sus actividades hacia la mejora del servicio.

En el *grafico 4.24* se observa a este factor con un puntaje de 2.63 sobre una escala de 5, lo cual señala que los directivos de C&L Contratista Generales SAC gestiona con baja eficiencia a este factor al ubicarse en la zona inferior de la escala. La lectura de

este resultado muestra un modesto compromiso de los directivos en diseñar normas de calidad.

Establecimiento de objetivos

Este factor nos indica hasta qué punto los objetivos de calidad de servicio de la empresa están basados en los estándares de calidad de los clientes y sus expectativas. También si la empresa tiene claro hacia dónde quiere ir y si trabaja evaluando y midiendo sus logros.

En el *grafico 4.24* se muestra para este factor un puntaje de 2.25 sobre una escala de 5, este resultado indica una posición baja en la escala, entendiéndose que existe poca importancia por parte de los directivos de C&L Contratistas SAC en tener un proceso formal para establecer metas respecto a la calidad de servicio, que sirvan para el cumplimiento de ellas por parte todos los colaboradores.

Establecimiento de normas estándar

Sin duda alguna, la falta de intenciones claras en buscar fortalecer procedimientos, automatizar procesos, actividades para satisfacer las necesidades de los clientes y la falta de programas que permitan lograrlo, agudizan esta deficiencia.

En el *grafico 4.24* se observa un puntaje de 2.75 sobre una escala de 5 para este factor, encontrándose en una baja ubicación, lo cual implica una modesta gestión por C&L Contratistas Generales

SAC para establecer estándares para sus procedimientos y actividades con intención de mejorar la calidad de su servicio.

Percepción de viabilidad

Puede existir basta información sobre las necesidades del cliente, pero si no intensiones de querer utilizarla óptimamente el propósito de mejorar en la calidad de servicio no se lograra. Este factor de la “deficiencia 1” se agudiza negativamente, cuando la empresa no siente que tenga la capacidad de aplicar nuevas políticas dirigidas a mejorar las percepciones del cliente, cuando siente que diseñar lineamientos de mejora fijos les afectan financieramente, cuando sienten que no disponen de los recursos ni personal idóneo para hacer cumplir normas de calidad de servicio.

El *grafico 4.24* muestra para este factor un puntaje de 3.17 sobre una escala de 5, encontrándose ubicado mitad de la escala, mostrando una eficiencia moderada en la gestión de los directivos de C&L Contratistas Generales SAC

Promedio de la evaluación de los factores de la de “deficiencia 2”

Producto de la evaluación de la “deficiencia 2” se obtuvo los puntajes de cada uno de sus factores y el promedio de ellos, este último resultado se ve en el grafico siguiente

Grafico 4.25



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

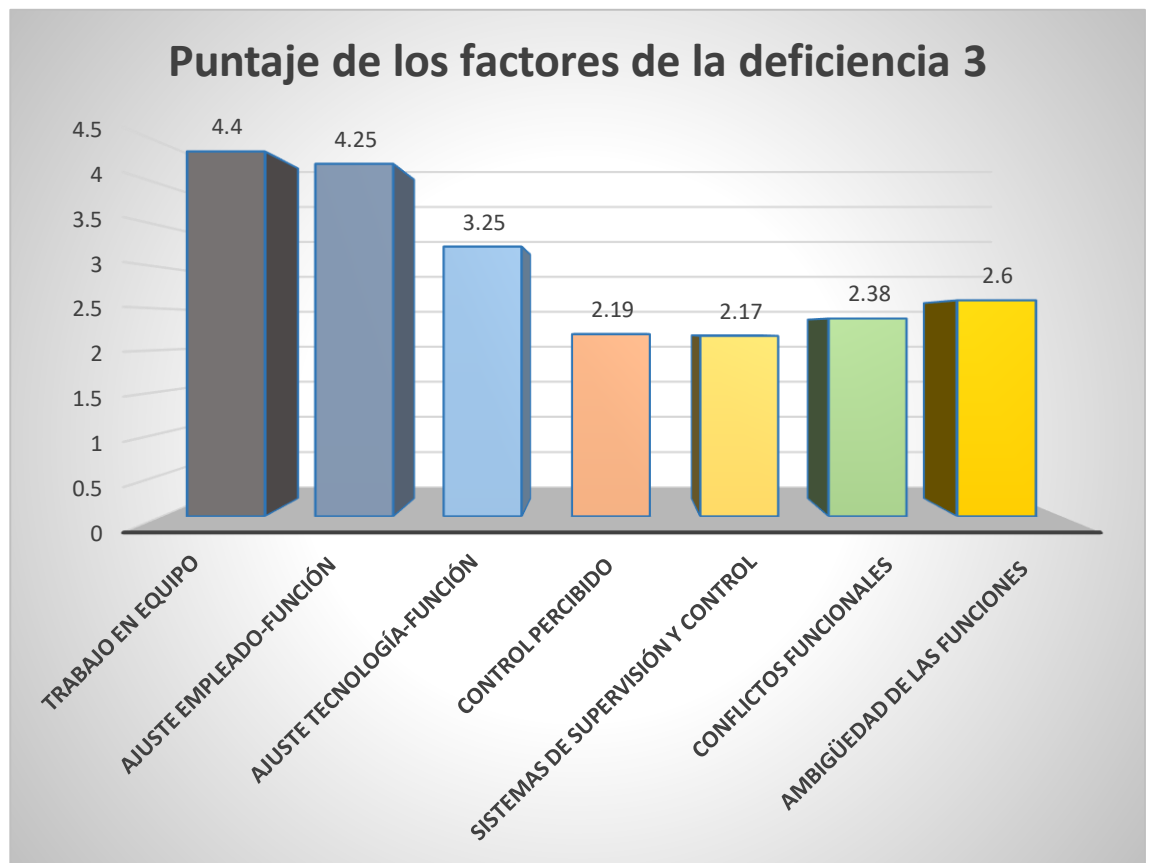
Elaborado por el auto

Como se observa en el *grafico 4.25* el puntaje promedio de esta deficiencia es de 2.7 sobre una escala de 5, lo que no señala una modesta gestión e interés enteros en querer plasmar las necesidades de los clientes en normas estándares para el cumplimiento de procesos y actividades de todos los trabajadores.

4.1.3.2.3. Factores de la Deficiencia 3

Este factor representa la discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio, lo que se entiende por el nivel de cumplimiento de las normas de calidad por parte de los clientes. En el *grafico 4.26* se muestra los puntajes obtenidos por cada factor de esta “deficiencia” y el promedio de ellos.

Grafico 4.26



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

Trabajo en equipo

Este factor como los otros seis son determinantes para amplitud o reducción de la “deficiencia 3”. Este factor nos quiere decir hasta que punto los directivos y colaboradores trabajan juntos para llegar a metas comunes, si realmente los directivos y colaboradores trabajan haciendo sinergia para ponerse a disposición de sus clientes, si se estimula a colaboradores para que trabajen en equipo. En el *grafico 4.26* muestra este factor tiene un puntaje de 4.4 sobre una escala de 5 lo que se entiende como un excelente manejo de las relaciones de los trabajadores.

Ajuste empleado-función

Este factor evalúa principalmente la coherencia entre las habilidades de los trabajadores y las funciones de sus puestos de trabajo, que tan capacitados se sienten los trabajadores de realizar sus actividades y que tanto se preocupa la empresa por contratar personal idóneo bajo una selección adecuada.

En el *grafico 4.26* se observa a este factor con un puntaje de 4.25 sobre una escala de 5, ubicándose en una excelente posición en la escala, lo que nos indica que C&L Contratistas Generales SAC designa sus puestos de trabajo a personal adecuado.

Ajustes tecnología-función.

Este factor hace referencia a la disponibilidad de herramientas, maquinarias y demás productos por parte de los trabajadores que ayuden a la realización de sus funciones.

En el *grafico 4.26* aparece este factor con un puntaje de 3.25 sobre una escala de 5, ubicándose en la zona media de la escala. Con este resultado podemos identificar una modesta gestión por parte de C&L Contratistas Generales respecto al aprovisionamiento de tecnología que ayude a mejorar las actividades y procesos incidiendo en la calidad la calidad de servicio.

Control percibido

Los factores que estamos analizando pertenecen a la “deficiencia 3” la cual evalúa la discrepancia entre las normas y estándares de calidad con el servicio prestado, es decir de las razones por la cual los trabajadores no cumplen bien sus funciones, sin embargo a pesar de las normas que deben cumplirse, la presencia de un esquema que permita a los trabajadores proponer mejoras e innovar en su puestos, debe estar presente, justamente de eso se trata este factor, de cómo poder aprender nuevas formas de servir al cliente con calidad y hasta qué punto la supervisión les permite hacerlo.

En el *grafico 4.26* este factor obtiene un puntaje de 2.19 sobre una escala de 5, ubicándolo en zona baja de la escala, lo cual indica un sistema muy rígido por parte de C&L Contratistas Generales

SAC respecto a la realización de las funciones de sus colaboradores.

Sistemas de supervisión y control

Este factor evalúa la gestión eficaz de la empresa en las evaluaciones del desenvolvimiento y recompensa a sus colaboradores. Este factor implica la satisfacción del trabajador al sentirse reconocido por su labor. Encontrar un sistema adecuado de evaluación y recompensa, que genere bienestar y motivación a los trabajadores, potencia las relaciones con los clientes y por ende la calidad de servicio.

En el *grafico 4.26* aparece este factor con un puntaje de 2.17 sobre una escala de 5, ubicándolo en la zona baja de la escala, lo que indica un sistema endeble de recompensas por desenvolvimiento en C&L Contratistas Generales SA.

Conflictos funcionales

Muchas veces los trabajadores de una organización tienen la mejor actitud de brindar el mejor servicio a los clientes, sin embargo experimentan conflictos funcionales, es decir tienen sensación de no poder satisfacer las demandas de todos los clientes a los que están bajo su compromisos de atender. En el *grafico 4.26* se observa a este factor con un puntaje 2.38 sobre una escala de 5, ubicándose en una zona baja de la escala, lo que

indica que los trabajadores sienten que no pueden cubrir el 100% de la demanda ni de los requerimientos de esta.

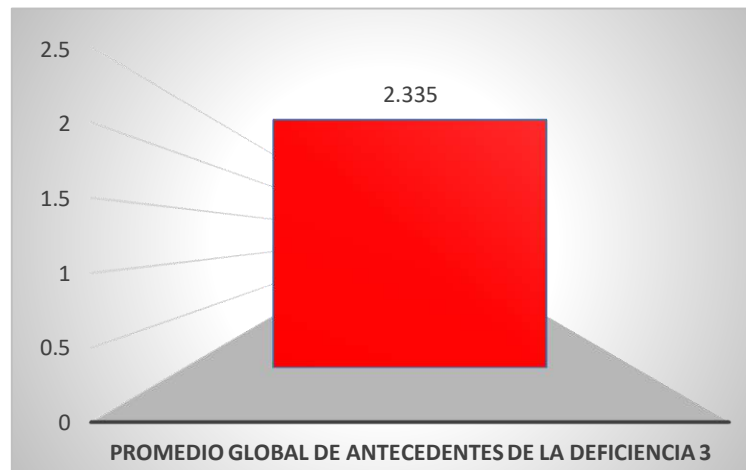
Ambigüedad de las funciones

Los compromisos y funciones que una empresa designa sobre un puesto de trabajo, conforman el comportamiento de la persona que ocupara ese puesto, este factor evalúa la eficiencia de la dirección de la empresa para suministrar información e instrucciones a sus colaboradores. En el *grafico 4.26* se observa este factor con un puntaje de 2.6, ubicándose en una zona baja de la escala, lo cual indica que los trabajadores sienten que sus puestos no son diseñados óptimamente para poder brindar un servicio de calidad alta, lo cual muestra punto fuertes y otros más por mejorar.

Promedio de la evaluación de los factores de la de “deficiencia 3”

Producto de la evaluación de la “deficiencia 3” se obtuvo los puntajes de cada uno de sus factores y el promedio de ellos, este último resultado se ve en el grafico siguiente

Grafico 4.27



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

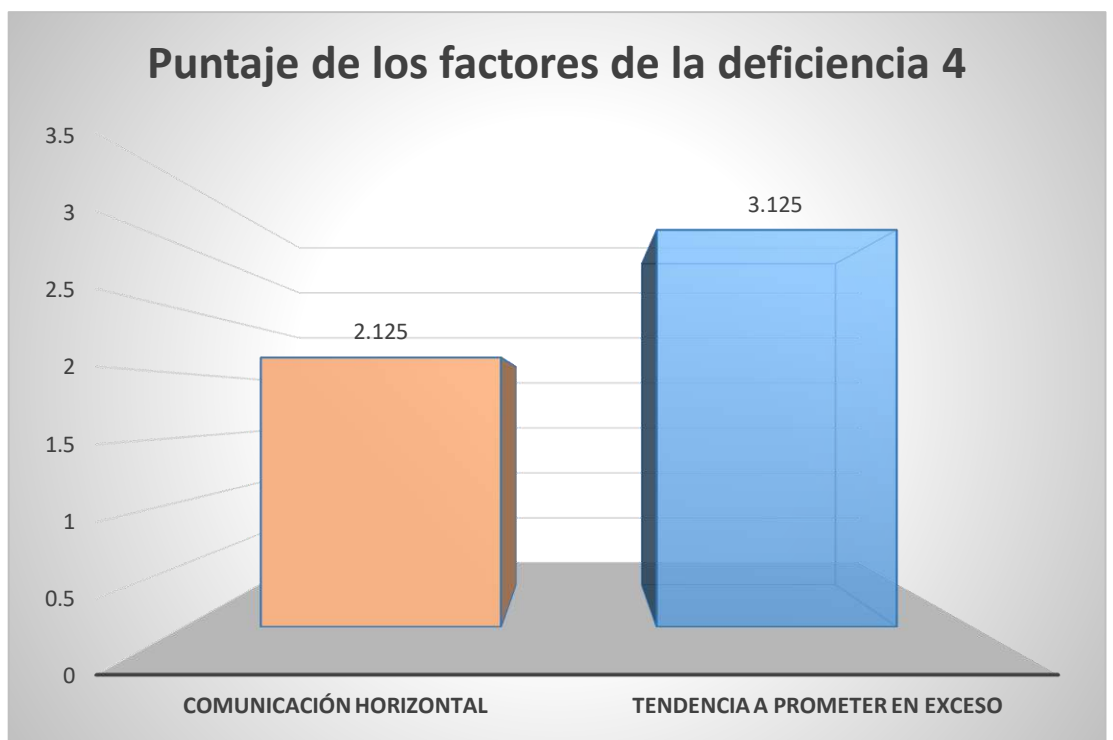
Elaborado por el auto

El puntaje mostrado en el *grafico 4.27* es el promedio de los factores de esta deficiencia. El puntaje de 2.335 sobre una escala de 5 la ubica en una zona baja de la escala, nos indica un trabajo regular respecto a la gestión los factores de terminantes. Esta situación impide un óptimo cumplimiento de la normas de calidad por parte de los trabajadores. Sin embargo se puede observar la existencia de factores con un puntaje alto como “trabajo en equipo” con 4.4 sobre una escala de 5 y “ajuste empleado-función” con un puntaje de 4.25 sobre una escala de 5,

4.1.3.2.4. Factores de la “deficiencia 3”

Este factor representa la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa, lo que se entiende por la transparencia y objetividad al momento de brindar la información y especificaciones del servicio los clientes. Existen distintos canales para brindar información ya sea por medio de la publicidad o el mismo personal de contacto. En el *grafico 4.28* se muestran los puntajes obtenidos por cada factor de esta “deficiencia” y el promedio de ellos.

Grafico 4.28



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el autor

Comunicación horizontal

Las áreas de marketing y ventas son las encargadas de transmitir la información de las propiedades y características de un servicio, sin embargo la comunicación con las demás áreas de la empresa como por ejemplo las áreas de operaciones y logística, es de gran importancia, ya que el área de marketing podrá tener información exacta de los servicios prestados.

En el *grafico 4.28* este factor muestra un puntaje de 2.125 sobre una escala de 5, ubicándose en una zona baja de la escala, lo cual no indica que la empresa C&L Contratista Generales SAC debe mejorar la comunicación entre el área de marketing y las demás áreas funcionales para poder brindar información real a los clientes

Tendencia a prometer en exceso

Debido a la creciente competencia en el mercado, muchas organizaciones sienten la presión para captar clientes, para poder conseguirlo, con frecuencia tienden a exagerar los beneficios y características del servicio. Los directivos de la empresa deben regular estas actividades y ellos mismos tener cuidado no transmitir presión al personal de las áreas responsables.

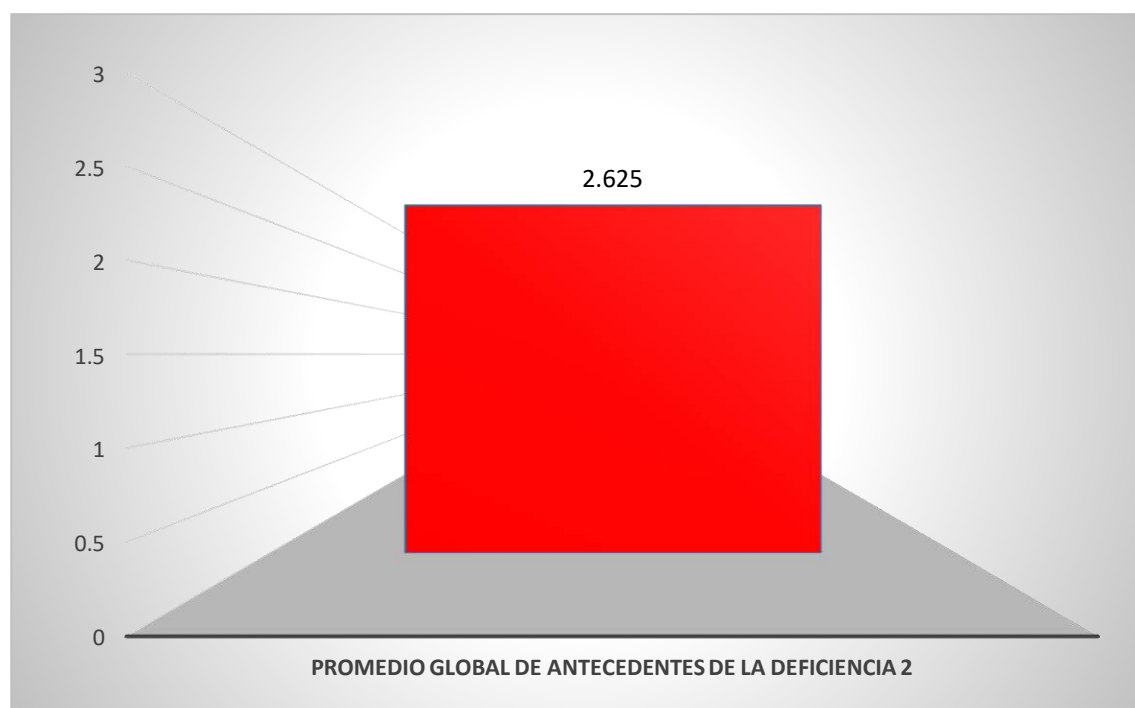
En el *grafico 4.28* se observa un puntaje para este factor de 3.125, ubicándolo en la zona media de la escala, lo cual nos indica que la tendencia a prometer en exceso por los colaboradores de C&L

Contratistas Generales SAC no es un problema complejo, sin embargo tiene la obligación de mejorar.

Promedio de la evaluación de los factores de la de “deficiencia 4”

Producto de la evaluación de la “deficiencia 4” se obtuvo los puntajes de cada uno de sus factores y el promedio de ellos, este último resultado se ve en el grafico siguiente.

Grafico 4.29



Fuente: Encuesta realizada en Agosto-2017

Elaborado por el auto

El puntaje mostrado en el *grafico 4.29* es el promedio de los factores de esta deficiencia. El puntaje de 2.625 sobre una escala de 5, lo ubica en una zona baja de la escala, indicándonos una débil gestión por parte de C&L contratistas generales SAC para reducir la amplitud de la “deficiencia 3”, recayendo el problema sobre el factor “comunicación horizontal” con un puntaje de 2.125.

4.2. Pruebas de hipótesis

En la presente investigación se planteó la hipótesis, que la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratista SAC a través de la medición SERVQUAL obtendría un nivel de calidad de servicio bajo. El índice de calidad de calidad obtenido fue de -0.26 lo que indica que hay coherencia entre la hipótesis y el resultado, ya que el índice está en un rango negativo.

V. DISCUSIÓN

En el desarrollo de la investigación a través de la evaluación y trato a los clientes de C&L Contratistas Generales SAC se empezó a comprender una serie de características de estos respecto a sus necesidades, como diría Cuatrecasas (2010, p18) “La calidad se define como el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”. Si se desconoce lo que quiere el cliente no se podrá satisfacerlo.

Se comprendió que al saber lo que necesita el cliente se puede orientar la actividades a ellos y cumplir con calidad tal como lo diría De la Peña (1994, p.14) “Calidad es dar satisfacción al cliente mediante el cumplimiento de una especificación”. Culminada la investigación se pudo concluir muchas cosas, entre ellas que el reconocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes es clave para poder darles lo que necesitan, los estudios deben ser constantes.

No solo es tener la lo que el cliente necesita sino es saberlo dar, menciona Vargas (2007, p.17). “La capacidad y la educación en la calidad de servicio es fundamental para que el proceso sea efectivo, la capacitación es la base del cambio y actitud que manifiestan los comportamientos”

La capacitación para los trabajadores de C&L Contratistas Generales SAC aún no es óptima y ellos se ve reflejado en su nivel de calidad obtenido. Se comparte la posición de Vargas (2007) completamente, ya que a través de la información obtenida por la evaluación de las expectativas y necesidades de los clientes respecto a los cinco criterios de calidad, se supo que los clientes no solo se interesan por el resultado final sino por el proceso que conlleva obtenerlo, el trato directo, amable y una serie de factores que actúan.

La atención al cliente, no debe ser un esquema frío y trillado, debe ser un compromiso e interiorización de este concepto y formar lazos fuertes entre trabajadores para transmitir al cliente, a través de actitudes. Como diría Bronw (2009, p58). “La atención en el cliente no puede actuar en el vacío, a las personas, tanto dentro como fuera de la empresa”.

Como uno de los factores internos de la gestión en la calidad de los servicios evaluados en la investigación “el compromiso con la calidad de servicio por parte de los directivos” de C&L Contratistas Generales SAC debe ser más fuerte, esto implica que los clientes no logren tener una experiencia completa, los directivos de una organización deben sentir la calidad en cada acción que hagan de otra manera no se podrá transmitir esta filosofía a sus colaboradores y esto al servicio brindado a los clientes.

Rivero (2000) plantea que la calidad de servicio es un conjunto de actividades de calidad, es decir si se desea obtener resultados de calidad lo que se traduce como el servicio, entonces se debe tener procesos de calidad, esto coincide con la presente investigación ya que el modelo que se ha utilizado para medir y analizar plantea la necesidad de reducir la amplitud de las deficiencias internas fortaleciendo la gestión para brindar un servicio de alta calidad.

Los resultados de esta investigación coincidió con Suarez (2015), Valencia (2015) y Jordán & Siccha (2015), respecto a la medición de la calidad, quienes utilizando el modelo de evaluación SERVQUAL pudieron determinar nivel de calidad de servicio de las organizaciones evaluadas. A través de esta evaluación determinaron también que el criterio más valorado de calidad de servicio indistintamente al rubro de la empresa evaluada es la “fiabilidad”, que en la presente investigación obtuvo una

importancia relativa de 26% sobre 100, seguida de la “seguridad” y “capacidad de respuesta” con 24% y 20% respectivamente

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) en su libro *Calidad Total en la Gestión de los Servicios* presentaron un modelo de calidad de servicio llamado “modelo de deficiencias” el cual ayuda a las organizaciones a determinar la calidad de servicio evaluado las percepciones de los clientes y sus expectativas y a reconocer las razones que lo generan, de la misma manera se procedió en esta investigación, evaluando las deficiencias en el servicio y sus respectivos factores en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC, de esta manera se pudo proyectar estrategias con intención de mejorar la gestión en la calidad de los servicios.

C&L Contratistas Generales SAC empleo esta metodología. Las “deficiencias” concebidas en el trabajo exploratorio de Zeithaml, Parasuraman y Berry, conforman el modelo conceptual de la calidad de servicio, los criterios con los cuales son evaluados y analizados son los elementos tangibles, la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía,

Estas deficiencias se distribuyen en dos partes que a la vez se integran, en la primera esta la “deficiencia 5” o general la cual mide las el nivel de calidad a través de la diferencia entre la percepciones y expectativas de los clientes con ayuda del modelo de evaluación SERVQUAL, C&L Contratistas Generales SAC determino su nivel de calidad con esta herramienta de forma satisfactoria, la segunda parte de este esquema de deficiencias esta constituidas por las deficiencias internas “1 , 2 , 3 y 4” que a las ves cada uno tiene factores que las determinan, gracias a esta información.

C&L Contratistas Generales SAC a través de este modelo determino su nivel de calidad de su servicio, midió la amplitud de las deficiencias y determino la eficiencia en la gestión de los factores que conforman a estas.

VI. CONCLUSIONES

1. A través modelo SERVQUAL que es el instrumento para medir el nivel de calidad de servicio general del “modelo de deficiencias”, la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC obtuvo un puntaje de -0.26, este resultado determino que dicha empresa tiene un nivel de calidad de servicio baja, al ubicarse en un rango negativo. Este resultado muestra que el servicio brindado no sobrepasa las expectativas de los clientes.
2. Para obtener el nivel de calidad de servicio general de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC, se tuvo que medir los cinco criterios de la calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), a través de la amplitud de la comparación de las expectativas y percepciones de los clientes. En los cinco criterios las expectativas sobrepasaban la experiencia del servicio, estando la brecha más amplia en el criterio de “fiabilidad” con -0.31 indicándonos que los clientes que notan cierta infidencia sobre el trabajo.
3. En esta investigación sobre la gestión de calidad de servicio de C&L Contratistas SAC también se evaluó las deficiencias internas que son un conjunto de discrepancias que impiden el desarrollo de su calidad y a su vez se analizó los factores que conllevan a estas deficiencias, obteniendo valiosa información. Estos resultados nos indican la presencia de incongruencia entre lo que perciben los directivos de C&L Contratistas Generales SAC y lo que perciben sus clientes con referencia a la calidad de servicio, de igual forma la

gestión llevada en la empresa respecto a las norma y estándares de calidad y las razones de sus incumplimientos por parte de los trabajadores.

4. En C&L Contratistas Generales SAC las normas calidad (actualmente informales) están mal establecidas por una débil investigación de las necesidades sus clientes y por qué aún no definen objetivos de calidad precisos, por más que dispongan de una actitud positiva.
5. En C&L Contratistas Generales SAC los trabajadores acatan lo que se les indica sin embargo existen cierta discordancia entre la normas (informales) su cumplimiento, y es por la falta motivación y un sistema supervisión y control.
6. En C&L Contratistas Generales SAC tiene mucho potencial para lograr un desarrollo importante en la calidad de sus servicios, pero ello recaerá en una gestión coherente e inmediata con miras a mediano plazo.

VII. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

1. Entender lo que los usuarios esperan, es básico para proveer de un servicio de calidad, incluso las microempresas de servicios con recursos menos disponibles están en la obligación de enfocarlos en la investigación de las necesidades de su cliente. C&L Contratistas Generales SAC deberá destinar recursos a la investigación de las expectativas del cliente, esto potenciara más su aceptación en el mercado e implicara el aumento de su masa de usuarios.
2. La investigación a los clientes de C&L Contratistas Generales SAC deberá ser perenne, ya que las necesidades de los clientes pueden verse variadas por cambios en el mercado, cambio de tendencias entre otros. De la misma forma a los clientes de otras empresas del mismo rubro se debe investigar su necesidades por ser clientes potenciales, posterior planteando programas para su captación.
3. El fortalecimiento de la comunicación horizontal es decir el flujo de información de ida y vuelta entre las áreas funcionales es necesario para brindar un servicio adecuado a los clientes. El fortalecimiento de la comunicación entre todas las áreas de C&L Contratistas Generales SAC debe ser una de las prioridades. Esto se logra a través de programas de construcción de equipos y un sistema de solución de conflictos.
4. Los directivos de las organizaciones pueden tener la mejor intención de implantar programas de mejoramiento de sus procesos, pero si no hay lineamientos solidos no habrá rumbo a donde apuntar. El establecimiento de objetivos es determinante para emprender una gestión eficiente, por ello

C&L Contratistas Generales SAC deberá de definir objetivos reales el cual permita conducir hacia la mejora del servicio.

5. La capacitación al personal en las organizaciones es fundamental para el cumplimiento de sus funciones, por ende C&L Contratistas Generales SAC, deberá mejorar su sistema de capacitación con el propósito de brindar un mejor servicio a los clientes.
6. C&L Contratistas Generales SAC deberá invertir en equipamiento moderno para el desarrollo de sus actividades, las herramientas y demás implementos brinda rapidez respecto a cada puesto.
7. Se deberá desarrollar un sistema de evaluación y control para supervisar el desarrollo de las actividades de los trabajadores y dar incentivos por el cumplimiento eficiente de sus funciones. Un trabajador que siente que no es valorado no entregara eficiencia en sus actividades.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Alcalde, P. (2009). *Calidad*. Madrid: Paraninfo S.A.

Berry, L. (1996). *¡Un buen servicio ya no basta!* New York: Simon&Schuster Inc.

Brown, A. (2009). *Gestión de la Atención al Cliente*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Construcción habría crecido en febrero pero existe preocupación por el resto del año. (7 de Abril de 2016). *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe>

Cuatrecasas, Ll. (2010). *Gestión integral de la calidad*. Barcelona: Profit Editorial

De la Peña, J. (1994). *La calidad total una utopía muy práctica*. Madrid: Graficas Alberdi S.A.

Fernández, J. (2001). *Gestión de Procesos*. Madrid: Esic Editorial

Grönroos, C., Defining marketing: A market-oriented approach, *European Journal of Marketing*, vol.23 nº1, 1989

Keith, D. (1991). *Calidad en el Servicio a los Clientes*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Miranda, F. (2007) *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid: DELTA Publicaciones

Rivero, A. (2000). *Calidad del servicio: Regulación y Optimización de Inversiones*. Madrid: Editorial Ámbar S.L

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española* (23.aed.). Consultado en <http://www.rae.es/>

Zeithaml, Parasuraman y Berry. (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

¿Qué le depara al mercado inmobiliario mundial en el 2016? (12 de Abril de 2016). Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe>

IX. ANEXOS

ANEXO 1

Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Objetivos	Tipos de investigación	Diseño de investigación	Muestra
¿Cuál es el nivel de calidad de servicio al cliente en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.</p>	<p>Tipo de investigación Básica.- El tipo de investigación básica porque está direccionada hacia un fin cognoscitivo, incidiendo en el mejoramiento de los conocimientos existentes y ampliándolos.</p> <p>Nivel de investigación Descriptiva.- La meta de investigación consiste en describir un fenómeno, situación y contexto, desarrollar como son y cómo se manifiestan encontrando el vínculo y/o relación entre elementos de un fenómeno. Es decir únicamente se pretende medir, recoger y relacionar información sobre los conceptos tratados</p>		<p>En la presente investigación no habrá muestreo, se evaluará a la población completa por ser pequeña, al ser factible su evaluación total. Forman dos grupos de 120 y 6 personas respectivamente, los cuales se distribuyen en clientes internos, externos y gerentes de la empresa.</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <p>a. Medir el nivel de calidad de servicio a través del modelo SERVQUAL en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias “C&L Contratistas Generales SAC” en el periodo 2017.</p> <p>b. Identificar la amplitud de las brechas entre las percepciones y expectativas de los cinco criterios de la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.</p> <p>c. Analizar las deficiencias internas en la gestión de la calidad de servicio respecto al modelo de deficiencias en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.</p> <p>d. Plantear estrategias para mejorar la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L</p>		<p>El diseño de investigación del presente trabajo es no experimental transversal, porque únicamente se midió las variables sin manipularlas deliberadamente y por qué la recolección de dato fue realizada una sola vez.</p>	

	Contratistas Generales SAC en el periodo 2017.			
--	---	--	--	--

ANEXO 2

Fluctuación de la producción y venta del cemento.

PRINCIPALES INDICADORES DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, 2006 - 2012

Indicador	2006	2007 P/	2008 E/	2009 E/	2010 E/	2011 E/	2012 E/
VAB Construcción (Variación %)	14.8	16.6	16.5	6.1	17.4	3.0	14.8
Cemento (tonelada)							
Producción	5 782 419	6 231 023	6 921 735	7 228 993	8 396 294	8 593 292	10 005 805
Despacho Total	5 714 305	6 183 229	6 777 088	7 084 998	8 212 231	8 465 286	9 921 353
1/ Despacho Local	5 081 061	5 850 215	6 714 772	7 083 147	8 194 838	8 397 775	9 720 364
1/ Exportación	633 244	333 014	62 316	1 851	17 394	67 512	200 989
Importación	44 333	100 291	221 559	173 610	325 883	404 774	451 645
Consumo Interno 2/	5 125 394	5 950 506	6 936 331	7 256 757	8 520 721	8 803 282	10 156 253
Venta Total	5 673 401	6 211 095	6 802 919	7 095 487	8 235 626	8 590 172	9 721 493
Venta Local	5 039 996	5 878 081	6 740 590	7 093 636	8 218 233	8 570 346	9 515 989
Asfalto (Miles barriles)							
Venta Interna	729	873	975	1 495	1 765	1 414	1 351

1/ Destinada a la construcción.

2/ A partir del 2011 se consideran las importaciones que ingresan al circuito económico.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Empresas Productoras de Cemento, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria y Ministerio de Energía y Minas.

ANEXO 3

Instrumentos de evaluación.

Método SERVQUAL

Evaluación de las expectativas de calidad de servicios

1.-Instrucciones

Basado en sus experiencias como usuario de los servicios que ofrecen las empresas que operan en el sector de construcción civil y alquileres de maquinaria, piense por favor, en empresas que podría ofrecerle un servicio de excelente calidad. Piense en el tipo de empresa con la que usted se sentiría complacido de negociar. Por favor, indíquenos hasta qué punto piensa que una empresa de construcción civil y alquileres de maquinaria debería tener las características descritas en cada declaración. Si cree, en relación con la idea que usted tiene en mente, que una característica no es esencial ni importante para considerar como excelente a una empresa en este rubro haga un círculo alrededor del número 1. Si cree que una característica es absolutamente esencial para considerar como excelente a una empresa de este rubro, haga un círculo alrededor del número 5. Si sus convicciones al respecto no son tan definitivas, haga un círculo alrededor de uno de los números intermedios. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que nos indique un número que refleje con precisión lo que piensa respecto a las empresas que deberían ofrecer un servicio de excelente calidad.

Declaraciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1 Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen equipos de apariencia moderna	1	2	3	4	5
2 Las instalaciones físicas de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
3 Los trabajadores de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5

4	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
5	Cuando las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5
6	Cuando un cliente tiene un problema, las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes muestran un sincero interés en solucionarlo	1	2	3	4	5
7	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes realizan bien el servicio la primera vez.	1	2	3	4	5
8	8. Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria de excelentes concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
9	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
10	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5
11	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
12	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.	1	2	3	4	5

13	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los trabajadores de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes transmiten confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
15	Los clientes de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes se sienten seguros en sus tratos con la organización.	1	2	3	4	5
16	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5
17	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas con los clientes.	1	2	3	4	5
18	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes dan a sus clientes una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5
20	Una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente tiene trabajadores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5
21	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5

22 Los empleados de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Instrucciones: En la lista que aparece a continuación incluimos cinco características que correspondan a empresas de sector de construcción civil y alquileres de maquinaria y los servicios que ofrecen. Nos gustaría conocer qué nivel de importancia le atribuye usted a cada una de esas características cuando evalúa la calidad del servicio de una empresa de este rubro. Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que tiene para usted cada característica (cuanto más importante sea para usted una característica, más puntos le asignará). Por favor, asegúrese de que los puntos que asigne a las cinco características sumen 100.

1 Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación que utiliza una empresa de construcción y alquiler de maquinaria	PUNTOS
2 Habilidad de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa.	PUNTOS
3 Disposición de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	PUNTOS

4 Conocimientos y trato amable de los trabajadores de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria y su habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza.	PUNTOS
5 Cuidado, atención individualizada que una empresa de construcción y alquiler de maquinaria les da a sus clientes.	PUNTOS
TOTAL de puntos asignados	100 PUNTOS

Evaluación de las percepciones de calidad de servicios

Instrucciones: El siguiente grupo de declaraciones se refiere a lo que usted piensa sobre la empresa de construcción civil y alquiler de maquinaria C&L contratistas Generales SAC. Para cada declaración indíquenos, por favor, hasta qué punto considera que la empresa C&L contratistas Generales SAC, posee las características descritas en cada declaración. También en este caso, trazar un círculo alrededor del número 1 significa que usted está totalmente en desacuerdo con la empresa tiene esa característica y rodear el numero 5 significa que está totalmente de acuerdo con la declaración. Usted puede trazar un círculo alrededor de cualquiera de los números intermedios que mejor representen sus convicciones al respecto. No hay respuestas correctas o incorrectas; sólo nos interesa que nos indique un número que refleje con precisión la percepción que usted tiene de la empresa C&L contratistas Generales SAC

Declaraciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1 Los equipos de la empresa C&L contratistas Generales SAC, tienen la apariencia de ser modernos.	1	2	3	4	5
2 Las instalaciones físicas de la empresa C&L contratistas Generales SAC., son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5

3	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC., tienen una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa C&L contratistas Generales SAC. (Folletos, estados de cuenta, etcétera), son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
5	Cuando en la empresa C&L contratistas Generales SAC, prometen hacer algo en un determinado tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5
6	Cuando usted tiene un problema en la empresa C&L contratistas Generales SAC, muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5
7	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, realizan bien el servicio la primera vez.	1	2	3	4	5
8	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, terminan el servicio en el tiempo que prometen hacerlo.	1	2	3	4	5
9	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
10	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, informan con precisión a los clientes de cuándo concluirá cada servicio.	1	2	3	4	5
11	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC., le sirven con rapidez.	1	2	3	4	5
12	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, siempre se muestran dispuestos a ayudarle.	1	2	3	4	5
13	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC., nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5

14	El comportamiento de los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, le transmite confianza.	1	2	3	4	5
15	Usted se siente seguro en sus tratos con la empresa C&L contratistas Generales SAC	1	2	3	4	5
16	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, son siempre amables con usted.	1	2	3	4	5
17	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, tienen conocimientos suficientes para contestar las preguntas que les hace.	1	2	3	4	5
18	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, le dan una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5
20	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, le dan una atención personalizada.	1	2	3	4	5
21	En la empresa C&L contratistas Generales SAC, se preocupan por sus mejores intereses.	1	2	3	4	5
22	Los trabajadores de la empresa C&L contratistas Generales SAC, comprenden sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5

**METODOS PARA MEDIR LAS DEFICIENCIAS EN EL SERVICIO OFRECIDO POR LOS PROVEEDORES
Y SUS CAUSAS.**

PRIMERA PARTE

Instrucciones: Esta parte del estudio se centra en lo que usted cree que piensan sus clientes sobre una empresa de construcción civil y alquiler de maquinaria que, desde el punto de vista de esos clientes, ofrece un servicio de excelente calidad. Por favor, indique hasta qué punto piensa que sus clientes consideran que una empresa de este rubro debe poseer, para ser considerada excelente, las características que aparecen descritas en cada declaración. Si cree que sus clientes piensan que la característica no es esencial para que una empresa de construcción civil y alquiler de maquinaria sea considerado excelente, trace un círculo alrededor del número 1. Si cree que sus clientes consideran que la característica es absolutamente esencial, trace un círculo alrededor del número 5. Si cree que las convicciones de sus clientes no son tan definitivas, haga un círculo alrededor de uno cualquiera de los números intermedios. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas; sólo estamos interesados en lo que usted cree que piensan los clientes respecto a cómo debería ser una empresa de construcción civil y alquiler de maquinaria para que se considere que ofrece un servicio de excelente calidad.

Declaraciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
----------------------	--------------------------------	------------------	---	---------------	--------------------------

1	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen equipos de apariencia moderna	1	2	3	4	5
2	Las instalaciones físicas de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5
3	Los trabajadores de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen apariencia pulcra y correcta referente a su labor.	1	2	3	4	5
4	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
5	Cuando las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5
6	Cuando un cliente tiene un problema, las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes muestran un sincero interés en solucionarlo	1	2	3	4	5
7	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes realizan bien el servicio la primera vez.	1	2	3	4	5
8	8. Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria de excelentes concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
9	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5
10	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5

11	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
12	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.	1	2	3	4	5
13	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los trabajadores de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
15	Los clientes de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes se sienten seguros en sus tratos con la organización.	1	2	3	4	5
16	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5
17	En una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente, los trabajadores tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas con los clientes.	1	2	3	4	5
18	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes dan a sus clientes una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19	Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5

20 Una empresa de construcción y alquiler de maquinaria excelente tiene trabajadores que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5
21 Las empresas de construcción y alquiler de maquinaria excelentes se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5
22 Los empleados de las empresas de construcción y alquiler de maquinaria comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1	2	3	4	5

Instrucciones: La lista que aparece a continuación incluye cinco características que corresponden a empresas de construcción civil y alquiler de maquinaria y los servicios que ofrecen. Nos gustaría conocer cuanta importancia tiene para sus clientes cada una de esas características cuando evalúan la calidad del servicio de una empresa de este rubro. Por favor, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características de acuerdo con la importancia que tiene para sus clientes cada una de esas características: cuanto más importantes considere que son esas características para sus clientes, más puntos deberá asignarle. Por favor, asegúrese de que los puntos asignados a las cinco características suman 100.

1 La apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación que utiliza una empresa de construcción y alquiler de maquinaria	PUNTOS
2 La habilidad de una empresa de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa.	PUNTOS
3 La disposición de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	PUNTOS

4 Los conocimientos y trato amable de los empleados de una empresa de una empresa de construcción y alquiler de maquinaria y su habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza.	PUNTOS
5 El cuidado, atención individualizada que una empresa de construcción y alquiler de maquinaria le da a sus clientes.	PUNTOS
TOTAL de puntos asignados	100 PUNTOS

Medición de la deficiencia 2

Instrucciones: En las empresas, las normas estándar pueden ser formales (escritas, explícitas, debidamente comunicadas a los empleados) o informales (verbales, implícitas, se asume que los empleados deben conocerlas y comprenderlas). Para cada una de las siguientes características, trace un círculo alrededor del número que mejor describa hasta qué punto las normas estándar que existen en su empresa son formales o informales. Si no existen normas estándar en su empresa, indíquelo con una X en la casilla correspondiente.

Normas	Normas informales					Normas formales					No existen normas
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1 Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación de la empresa.	1	2	3	4	5						()
2 Habilidad de la empresa para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa.	1	2	3	4	5						()
3 Disposición de la empresa para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	1	2	3	4	5						()

4 Conocimiento y amabilidad de los empleados de la empresa y su habilidad para transmitir fe y confianza.	1	2	3	4	5	()
5 Cuidado y atención individualizada que la empresa da a sus clientes.	1	2	3	4	5	()

Medición de la deficiencia 3

Instrucciones: En la lista que aparece a continuación mostramos las mismas cinco características. En ocasiones, los empleados y las unidades operativas de una empresa afrontan dificultades para cumplir las normas estándar que les han establecido. Para cada una de las características mostradas en la lista, trace círculo alrededor del número que mejor represente el grado en que su empresa y sus empleados cumplen las normas estándar establecidas para sus funciones. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas: Solo necesitamos su valiosa y sincera evaluación al respecto.

Normas	Incapaces de cumplir regularmente las normas					Capaces de cumplir regularmente las normas					No existen normas
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1 Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación de la empresa.	1	2	3	4	5						()
2 Habilidad de la empresa para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa.	1	2	3	4	5						()
3 Disposición de la empresa para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	1	2	3	4	5						()

4 Conocimiento y amabilidad de los empleados de la empresa y su habilidad para transmitir fe y confianza.	1	2	3	4	5	()
5 Cuidado y atención individualizada que la empresa da a sus clientes.	1	2	3	4	5	()

Medición de la deficiencia 4

Instrucciones: Con frecuencia, los miembros del personal de ventas, de publicidad o de otras áreas de la comunicación de las empresas hacen promesas respecto al nivel de servicios que ofrece la empresa. En algunas organizaciones, no siempre es posible cumplir esas promesas. Para cada una de las características que aparecen a continuación deseamos saber hasta qué punto cree que su empresa y sus empleados cumplen con el nivel de servicio que se promete a los clientes. Trace un círculo alrededor del número que mejor describa su idea al respecto.

Normas	Incapaces de cumplir regularmente las normas			Capaces de cumplir regularmente las normas	
	1	2	3	4	5
1 Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación de la empresa.	1	2	3	4	5
2 Habilidad de la empresa para realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa.	1	2	3	4	5

3 Disposición de la empresa para ayudar a los clientes y darles un servicio rápido.	1	2	3	4	5
4 Conocimiento y amabilidad de los empleados de la empresa y su habilidad para transmitir fe y confianza.	1	2	3	4	5
5 Cuidado y atención individualizada que la empresa da a sus clientes.	1	2	3	4	5

Declaraciones para medir los factores de las Deficiencias 1 y 2

Instrucciones: La lista que aparece a continuación enumera una serie de declaraciones relacionadas con su opinión sobre su empresa y sus operaciones. Por favor, indique hasta qué punto está de acuerdo o no con cada declaración trazando un círculo alrededor de uno de los cinco números que aparecen junto a cada declaración. Si está totalmente en desacuerdo, trace un círculo alrededor del número 1. Si está totalmente de acuerdo, trácelo alrededor del número 5. Si sus convicciones no son tan definitivas, trace el círculo alrededor de uno de los números intermedios. No existen después correctas o incorrectas. Por favor, díganos honestamente lo que piensa.

Declaraciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1 Regularmente recopilamos información sobre las necesidades de nuestros clientes.	1	2	3	4	5
2 Raramente utilizamos las investigaciones de mercado que realizamos entre nuestros clientes (-).	1	2	3	4	5

3	Regularmente recopilamos información sobre las expectativas que tienen nuestros clientes sobre la calidad de nuestros servicios.	1	2	3	4	5
4	Los directivos de nuestra empresa raras veces interactúan con los clientes. (-)	1	2	3	4	5
5	El personal de contacto con la clientela de nuestra empresa se comunica frecuentemente con los miembros de la dirección.	1	2	3	4	5
6	Los directivos de nuestra empresa raras veces piden sugerencias sobre el servicio al personal de contacto con los clientes. (-)	1	2	3	4	5
7	Los directivos en nuestra empresa interactúan frecuentemente (cara a cara) con el personal de contacto con la clientela.	1	2	3	4	5
8	En nuestra empresa, la comunicación entre el personal de contacto y los niveles de dirección se produce fundamentalmente por medio de memorandos. (-)	1	2	3	4	5
9	Nuestra empresa tiene muchos niveles jerárquicos entre el personal de contacto y la alta dirección. (-)	1	2	3	4	5
10	Nuestra empresa no asigna los recursos que se requieren para ofrecer un servicio de calidad. (-)	1	2	3	4	5
11	Nuestra empresa tiene programas internos para mejorar la calidad del servicio a los clientes	1	2	3	4	5
12	En nuestra empresa a los directivos que mejoran la calidad del servicio se les recompensa más que a los otros directivos.	1	2	3	4	5
13	Nuestra empresa le da igual o mayor importancia a las ventas que al servicio a la clientela.	1	2	3	4	5

14 Nuestra empresa tiene un proceso formal para ofrecer a los empleados objetivos de calidad del servicio.	1	2	3	4	5
15 En nuestra empresa, tratamos de establecer objetivos específicos de calidad en el servicio.	1	2	3	4	5
16 Nuestra empresa utiliza con eficacia la automatización para lograr consistencia en el servicio a los clientes	1	2	3	4	5
17 En nuestra empresa se aplican programas tanto para mejorar los procedimientos operativos como para lograr regularidad en el servicio.	1	2	3	4	5
18 Nuestra empresa tiene las capacidades necesarias para conocer los requerimientos de servicio de los clientes.	1	2	3	4	5
19 Si ofreciéramos a nuestros clientes el nivel de servicio que realmente quieren, iríamos a la quiebra. (-)	1	2	3	4	5
20 Nuestra empresa tiene los sistemas operativos necesarios para ofrecer el nivel de servicio que los clientes demandan.	1	2	3	4	5

***En las declaraciones que se expresan en termino negativos y tienen un signo negativo (-), las puntuaciones se calculan con valoración contraria (por ejemplo, una puntuación de 5 se calcula como 1, una de 4 como 2, etcétera).**

Declaraciones para medir los factores de las Deficiencias 3 y 4

Instrucciones: La lista que aparece a continuación enumera una serie de declaraciones relacionadas con sus opiniones sobre su empresa y sus operaciones. Por favor, indique hasta qué punto está de acuerdo o no con cada declaración trazando un círculo alrededor de uno de los cinco números que aparecen junto a cada declaración. Si está fuertemente en desacuerdo, trace un círculo alrededor del número 1. Si está fuertemente de acuerdo, trázelo alrededor del número 5. Si sus convicciones no son tan definitivas trace el círculo alrededor de uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas o incorrectas. Por favor, díganos honestamente lo que piensa.

Declaraciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1 En mi empresa, siento que soy parte de un equipo.	1	2	3	4	5
2 En mi empresa, todos contribuyen al esfuerzo que realiza el equipo para servir a los clientes.	1	2	3	4	5
3 Me siento responsable de ayudar a mis compañeros a que realicen bien su trabajo.	1	2	3	4	5
4 Mis compañeros de trabajo y yo cooperamos con más frecuencia de lo que nos corresponde.	1	2	3	4	5

5	Siento que soy un miembro importante de la empresa.	1	2	3	4	5
6	Me siento cómodo en mi trabajo en el sentido de que soy capaz de realizarlo bien,	1	2	3	4	5
7	Mi empresa contrata personal cualificado para realizar sus trabajos.	1	2	3	4	5
8	Mi empresa me da los instrumentos y equipos que necesito para realiza bien mi trabajo.	1	2	3	4	5
9	En mi trabajo, dedico gran parte de mi tiempo a resolver problemas sobre los que tengo muy poco control. (-)	1	2	3	4	5
10	En mi trabajo, tengo la libertad de satisfacer verdaderamente las necesidades de mis clientes.	1	2	3	4	5
11	Algunas veces siento que no tengo control sobre mí trabajo, ya que muchos clientes demandan el servicio al mismo tiempo. (-)	1	2	3	4	5
12	Una de mis frustraciones en mi trabajo es que algunas veces tengo que depender de otros empleados para servir a mis clientes. (-)	1	2	3	4	5
13	Las evaluaciones de mí supervisor sobre mis actuaciones en el trabajo incluyen lo bien que interactúo con mis clientes.	1	2	3	4	5
14	En nuestra empresa, el hecho de hacer un esfuerzo especial para servir a los clientes no implica una mayor paga o reconocimiento. (-)	1	2	3	4	5
15	En nuestra empresa, los empleados que dan lo mejor de si para servir a los clientes reciben mayores recompensas que los otros empleados.	1	2	3	4	5
16	La cantidad de papeleo que implica mi trabajo me dificulta el servir eficazmente a mis clientes. (-)	1	2	3	4	5
17	La empresa le da tanta importancia a la venta que es difícil ofrecer el nivel de servicio apropiado a los clientes. (-)	1	2	3	4	5
18	En términos generales, lo que mis clientes quieren que haga y lo que mis superiores quieren que haga es lo mismo.	1	2	3	4	5
19	Mi empresa y yo tenemos las mismas ideas sobre cómo debería realizar mi trabajo.	1	2	3	4	5

20	Recibo suficiente información de la dirección sobre lo que se supone que debo hacer en mi trabajo.	1	2	3	4	5
21	Con frecuencia siento que no entiendo los servicios que ofrece mi compañía. (-)	1	2	3	4	5
22	Me siento capaz de adecuarme a los cambios que introduce la empresa en mi trabajo.	1	2	3	4	5
23	Siento que en mi empresa no me han entrenado lo suficiente para interactuar eficazmente con los clientes. (-)	1	2	3	4	5
24	No estoy seguro de que aspectos de mi trabajo se les da mayor importancia cuando evalúan mi comportamiento en el trabajo. (-)	1	2	3	4	5
25	Las personas que crean nuestra publicidad consultan con empleados como yo sobre la veracidad de las promesas que hacen en la publicidad.	1	2	3	4	5
26	Con frecuencia no tengo conocimiento por adelantado de las promesas que se hacen en las campañas publicitarias de nuestra empresa.	1	2	3	4	5
27	Empleados como y/o interactúan con el personal de operaciones para discutir el nivel de servicio que la empresa puede ofrecer a los clientes.	1	2	3	4	5
28	La política de nuestra empresa sobre el servicio a los clientes es la misma en las diferentes oficinas que dan servicio a la clientela.	1	2	3	4	5
29	La intensa competencia está provocando más y más presión en la empresa para generar nuevos negocios. (-)	1	2	3	4	5
30	Nuestros principales competidores, en un esfuerzo para captar nuevos clientes, hacen promesas que posiblemente no podrán cumplir.	1	2	3	4	5

***En las declaraciones que se expresan en termino negativos y tienen un signo negativo (-), las puntuaciones se calculan con valoración contraria (por ejemplo, una puntuación de 5 se calcula como 1, una de 4 como 2, etcétera).**

ANEXO 4

Estrategias para mejorar la calidad de servicio en la empresa de construcción y alquiler de maquinarias C&L Contratistas Generales SAC

En el desarrollo de la presente investigación se evaluó el nivel de calidad de servicio de la empresa de construcción y alquiler de maquinaria C&L Contratistas Generales SAC y las deficiencias internas que contribuyen en el resultado del servicio final.

El modelo de calidad de servicio tomado para esta investigación fue el “modelo de deficiencias” el cual está formada por cinco deficiencias, divididas en internas y externa o global. Las deficiencias internas son las discrepancias entre aspectos en la gestión de una empresa que están conformados por factores que determinan su presencia.

La buena o mala gestión de las deficiencias internas implicara en la calidad de servicio el cual se evaluará midiendo la deficiencia “externa o global”, que viene a ser la discrepancia entre las percepciones y las expectativas del cliente.

Teniendo como premisa que la importancia de una buena gestión de las deficiencias internas a través de sus factores permite mejorar la calidad del servicio, se propondrá una serie de actividades para fortalecer los factores de las deficiencias internas que obtuvieron puntajes bajos y medios. A continuación se propondrán estrategias para gestionar mejor estos factores.

FACTORES DE LA “DEFICIENCIA 1”

El promedio de la evaluación de los factores de esta deficiencia es de 3.67 sobre una escala de 5, mostrando una modesta gestión orientada al reconocimiento del perfil de cliente.

Los puntajes bajos y medios de esta deficiencia son:

Orientación a la investigación de marketing

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 3.13 en una escala de 5 ubicado en una zona media de la escala. Lo que indica una modesta eficiencia en la gestión de este factor.

1. Primera estrategia: Investigación de las expectativas del cliente

- Como primera acción de esta estrategia tenemos la implementación de un “sistema de reclamación” en C&L Contratistas Generales SAC dado que la información más cercana es la que tenemos de la insatisfacción de los propios clientes: cuando el personal de contacto interactúa con los clientes no solo se recoge información para que los directivos tomen decisiones respecto a ello, también hará sentir a los clientes que C&L Contratistas Generales se preocupa por mejorar el servicio brindado.
- Como segunda acción de esta estrategia tenemos la identificación de necesidades por medio de focus groups, en los cuales los clientes plasmarán sus necesidades y propondrán mejoras.

2. Segunda estrategia: Investigación de los clientes de otras empresas del mismo rubro

- Como primera acción de esta estrategia tenemos la identificación de las empresas del sector al que pertenece C&L Contratistas Generales SAC y la selección de las empresas que más competencia generan.
- Se evaluarán a los clientes de estas empresas a través de cuestionarios con el fin de conocer sus expectativas de servicio de calidad del sector y poder captarlos como clientes, buscando ampliar las características del servicio brindado

Comunicación ascendente

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 3.88 en una escala de 5 ubicado en una zona media de la escala. Lo que indica una modesta eficiencia en la gestión de este factor. Este factor se centra en la comunicación desde el personal de contacto hacia la dirección.

Estrategia: Fortalecer la comunicación ascendente desde el personal de contacto hacia la dirección.

- Los directivos de C&L Contratistas Generales SAC tienen una relación luida con sus trabajadores, sin embargo esta relación deberá ser direccionada eficientemente para utilizar la información captada por los trabajadores. Esto se lograr a mediante reuniones semanales con el fin de recopilar información de primera mano.

FACTORES DE LA “DEFICIENCIA 2”

El promedio de la evaluación de los factores de esta deficiencia es de 2.7 sobre una escala de 5, mostrando poca eficiencia en la gestión orientada al establecimiento de las normas de calidad por parte de los directivos de C&L Contratistas Generales SAC.

Los puntajes bajos y medios de esta deficiencia son:

Compromiso de la dirección con la calidad de servicio

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.63 en una escala de 5 ubicado en una zona baja de la escala. Lo que indica una modesta eficiencia en la gestión de este factor. La falta de compromiso

por parte de la dirección con la calidad de servicio garantiza la amplitud de la “deficiencia 2”

1. Primera estratégica: Comprometer a los directivos con la calidad de servicio.

- Los Directivos deben comprometerse a centrar sus objetivos en la calidad de servicio de C&L Contratistas Generales SAC.
- Los directivos deben fortalecer la aptitud de liderazgo

2. Segunda estrategia: Comprometer a los niveles medios de dirección.

- El compromiso de los mandos medios es importante ya que sin ellos las normas no podrán ser ejecutadas. Se debe concientizar a los trabajadores de mandos medios y hacerles parte del diseño de directrices de la calidad.
- Al igual que los directivos, estos colaboradores deben fortalecer su aptitud de liderazgo para poder motivar a los trabajadores a cumplir las normas

Establecimiento de objetivos

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.25 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia en la gestión de este factor. Ausencia de objetivos claros por parte de la dirección garantiza la amplitud de la “deficiencia 2”

Estrategia: Establecer objetivos para la calidad del servicio.

Al tener información de las necesidades del cliente y sus exceptivas hacía el servicio, se debe de direccionarla a establecer lineamientos que sirvan de guía. Estos deben de ser:

- Estos lineamientos deben de ser específicos y claros, ya que deben ser entendidos fácilmente
- Deben ser aceptados por los empleados, porque estos objetivos será respaldo para el desarrollo de sus funciones.
- Deben ser capaces de poder ser medidos, de esa forma se determinará el cumplimiento de ellos.

Establecimiento de normas estándar

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.75 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia en la gestión de este factor. La falta de establecimientos de normas y estándares fortalece la “deficiencia 2”

Estrategia: Convertir las tareas en actividades estandarizadas

- C&L Contratistas generales SAC debe identificar todas las tareas necesarias que se realizan en cada área para registrarlas.

Percepción de inviabilidad

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 3.17 en una escala de 5, ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una modesta eficiencia en la gestión de este factor. La percepción de inviabilidad al establecimiento de normas de calidad por parte de la

dirección de una empresa impide el desarrollo de la calidad de servicio.

Estrategia: Que la aceptación del servicios sea generado por la calidad y no por los precios.

- Muchos empresarios buscan mejorar su economía de escala para abaratar costos, buscan trabajar con los precios para ser competitivos en el mercado y dejan de lado la calidad como elemento diferenciador, sin darse cuenta que centrar su atención en ofrecer un servicio de calidad es la mejor inversión que pueden hacer. El cliente de hoy en día tiene una gama de opciones por el cual elegir, y los proveedores que brinden un servicio óptimo la balanza se inclinara hacia ellos.
- C&L Contratistas Generales SAC deberá fortalecer los aspectos de la calidad de servicio que están débiles, como es el caso de los “elementos tangibles”.

FACTORES DE LA “DEFICIENCIA 3”

El promedio de la evaluación de los factores de esta deficiencia es de 2.335 sobre una escala de 5, mostrando alta discrepancia entre las normas establecidas por C&L Contratistas Generales y el cumplimiento por parte de sus colaboradores. Los puntajes bajos y medios de esta deficiencia son:

Ajuste tecnología-función

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 3.25 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia en la gestión de este factor. El desajuste de la relación tecnología-función, garantiza el débil desarrollo de la calidad de servicio.

1. Primera estrategia: Capacitaciones de nuevas y tecnologías

- C&L Contratistas Generales deberá capacitar a sus trabajadores en la utilización de nueva tecnología

2. Primera estrategia: implementación de equipos.

- C&L Contratistas Generales deberá abastecerse de equipos en general, que permitan el desarrollo eficaz de todas las actividades, ya sea de manufactura o manejo y procesamiento de información.

Control percibido

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.19 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia en la gestión de este factor.

Estrategia: Empoderar a los colaboradores

- Empoderar a los trabajadores no significa generar informalidad y descontrol en sus funciones, al contrario, brindarles la confianza de proponer mejoras y tener iniciativa con sus actividades dentro de los estándares definidos fortalece la gestión de la calidad de servicio, incidiendo en la evolución de este. C&L Contratistas Generales SAC debe permitir el aporte de todos los trabajadores sin importar su cargo

ayuda a redefinir y replantear aspectos importantes sin la necesidad de infringir normas establecidas.

Sistema de supervisión y control

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.17 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia en la gestión de este factor.

Estrategia: Evaluar y compensar la ejecución del servicio

- C&L Contratistas Generales SAC debe implementar un sistema de evolución y compensación por la eficacia del servicio proyectado, de esta manera la forma de trabajar de los trabajadores será direccionada a los resultados enfocándose en entregar un servicio de alta calidad.
- Los clientes calificaran la calidad de servicio evaluando los 5 criterios de la calidad (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía)

Conflictos funcionales

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.38 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia de la gestión de este factor.

Estrategia: Eliminar los conflictos funcionales

- Es usual que los trabajadores sientan que su capacidad de satisfacer a la demanda está siendo superada, por ellos es necesario que la

designación de las actividades sean coherentes con la capacidad de atenderlas.

- C&L Contratistas Generales SAC debe haber definido bien las funciones de cada puesto estableciendo normas en función de las expectativas de cliente, de esta manera se contratara personal suficiente que atienda los requerimientos que les corresponda

Ambigüedad de las funciones.

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.60 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia de la gestión de este factor.

Estrategia: Describir claramente los puestos de trabajo

- En primer lugar los colaboradores requieren información exacta sobre las funciones que deben realizar.
- En segundo lugar los colaboradores necesitan conocer si sus actividades corresponden con las normas establecidas.
- Y por último los empleados necesitan sentir confianza y ser capacitados en sus puestos de trabajo continuamente

FACTORES DE LA “DEFICIENCIA 4”

El promedio de la evaluación de los factores de esta deficiencia es de 2.625 sobre una escala de 5, mostrando alta discrepancia entre lo que promete y lo que cumple C&L Contratistas Generales SAC. Los puntajes bajos y medios de esta deficiencia son:

Comunicación horizontal

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 2.125 en una escala de 5 ubicándose en una zona baja de la escala. Lo que indica una baja eficiencia de la gestión de este factor.

1. Primera estrategia: Propiciar la comunicación efectiva entre las áreas de publicidad y de operaciones

- El área de publicidad se en carga de difundir información respecto a las características del servicio, para ser específicos en C&L Contratistas Generales SAC difunden su servicio a través de redes sociales y sus página web, para que esta información sea real tiene que haber interacción con el encargado de operaciones el cual brinda esta información.

2. Segunda estrategia: Propiciar la comunicación efectiva entre las áreas de ventas y de operaciones

- De la misma manera que la estrategia anterior, la comunicación entre el personal de ventas y operaciones de C&L Contratistas Generales SAC debe ser perenne, ya que el personal de ventas se vale de información brindada por personal de operaciones, para hacerla llegar a clientes potenciales

Tendencia a prometer en exceso

El puntaje arrojado en la evaluación de este factor es de 3.125 en una escala de 5 ubicándose en una zona media de la escala. Lo que indica una modesta eficiencia de la gestión de este factor.

1. Primera estrategia: Gestionar las expectativas de los cliente

- Se debe definir la información que se brindara a los clientes, esta debe ser centrada en las características reales del servicio, ya que a mayor expectativa del cliente menos satisfacción abra si el servicio no es el esperado.
- Se debe comprometer al personal de contacto a utilizar información real del servicio

2. Segunda estrategia: Sanciones por información irreal

- Las sanciones no debería de ser regulador de acciones más que la motivación misma de realizar una actividad eficientemente o el recibir un reconocimiento por un servicio realizado de acuerdo estándares establecidos, sin embargo es necesario regular malas acciones que entorpecen la gestión de la calidad servicios.
- C&L Contratistas Generales SAC, hará llamados de atención al personal que distorsiona información de manera intencional, posteriormente si se presenta reincidencia se condicionará el puesto de trabajo.

ANEXO 5

Carta de aceptación para la realización de proyecto.

Trujillo, 15 de Julio del 2016

Señor

Dr Carlos Alfredo Cerna Muñoz

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

PRESENTE.-

De mi mayor consideración:

Mediante la presente es grato dirigirme a Usted a fin de saludarle muy cordialmente a nombre de la empresa C&L Contratistas Generales SAC y a la vez informar nuestro conocimiento y aceptación respectiva al desarrollo del proyecto de tesis: **"CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN Y ALQUILER DE MAQUINARIAS "C & L CONTRATISTAS GENERALES SAC", 2017** por parte de los Bachilleres Juan José Rengifo Pezo y Kevin Alberto Camino Gutiérrez, hacia los cuales depositaremos nuestra total confianza brindándoles la información que requieran.

Agradeciendo su atención a la presente, es propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi consideración y estima

Atentamente

**C & L CONTRATISTAS GENERALES
SAC**

.....
**GERENTE GENERAL
CARLOS G. LOPEZ RODRIGUEZ**

Carlos Gilberto López Rodríguez

Gerente General