



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

**“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE
MEJORAMIENTO CONTINUO EN LA EMPRESA CALZADO
ORTEGA DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA,
PARA EL AÑO 2017”**

Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Tania Patricia Valdivieso Arias.

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

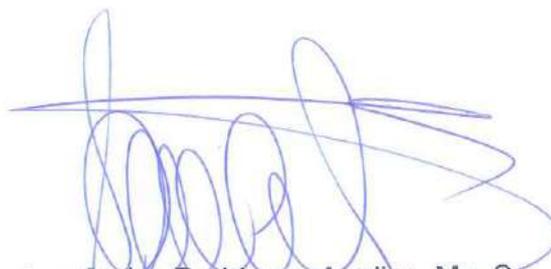
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el trabajo de tesis titulado: “EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN LA EMPRESA CALZADO ORTEGA DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2017”, realizado por la egresada: **Tania Patricia Valdivieso Arias**, previa a la obtención del Grado de **Ingeniera Comercial**, ha sido revisado oportunamente en sus aspectos de fondo y forma conforme lo establece el reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja, al cumplir con los mismos a entera satisfacción se autoriza su publicación para los trámites correspondientes.

Loja, Marzo del 2018

Atentamente,



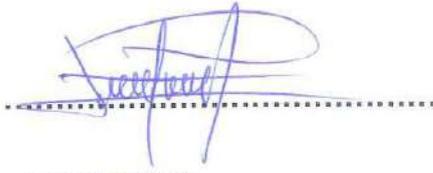
Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Tania Patricia Valdivieso Arias**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: Tania Patricia Valdivieso Arias

Firma: 

Cédula: 1104861966

Fecha: Loja, Marzo del 2018

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, **Tania Patricia Valdivieso Arias**, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN LA EMPRESA CALZADO ORTEGA DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2017”**, como requisito para optar el Grado de **Ingeniera Comercial**; autorizo al Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 20 días del mes de Marzo del dos mil dieciocho, firma la autora.

FIRMA:



AUTORA: Tania Patricia Valdivieso Arias

CÉDULA: 1104861966

DIRECCIÓN: Quito, La Ecuatoriana y Antonio Saa.

CORREO ELECTRÓNICO: taniav1987@hotmail.com

TELÉFONO: 0968006913

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE: Dr. Luis A Quizhpe Salinas MAE

VOCAL: Ing. Víctor Nivaldo Aguinsaca MAE

VOCAL: Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi eterna gratitud a la universidad Nacional de Loja por permitirnos realizar nuestros estudios profesionales, a través de la educación a distancia.

Mi agradecimiento profundo a la gerente-propietaria y al personal de la empresa Calzado Ortega, por su gentil colaboración al proporcionar la suficiente información, para desarrollar el presente trabajo investigativo.

De manera especial mi sincero agradecimiento, al Ing. Carlos Rodríguez, Mgs, por haber guiado y orientado acertadamente mi trabajo de tesis.

Finalmente a todos quienes de manera directa e indirecta apoyaron este proceso, mi más eterna gratitud.

¡¡GRACIAS DE TODO CORAZÓN!!

Tania Valdivieso

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a Dios, quien me dio la fe y la fortaleza necesarias para salir siempre adelante pese a las dificultades, por colocarme en el mejor camino, iluminando cada paso de mi vida, por darme la salud y la esperanza para terminar este trabajo, a mi padre y hermanos, por apoyarme siempre incondicionalmente porque sin ellos y sin sus enseñanzas quizá no estaría en el lugar donde me encuentro, a mi mamita que aunque no esté físicamente con nosotros, sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo salga bien, a mi esposo Byron por sus palabras e inmenso apoyo para culminar mi carrera, a la señora Cecilia por las palabras de aliento, a mis amigos, compañeros y todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos mil gracias.

Tania Valdivieso

a. TITULO

**“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y
PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO
EN LA EMPRESA CALZADO ORTEGA DEL CANTÓN CATAMAYO
PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2017”**

b. RESUMEN

El presente trabajo tiene como fin evaluar el nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017.

La metodología en la que fue sustentada la presente investigación fue en los métodos inductivo, deductivo, estadístico y el método bibliográfico; apoyados en técnicas de investigación de campo tales como: entrevista y encuesta.

Durante el proceso de elaboración del presente trabajo investigativo para la empresa Calzado Ortega se debió cumplir con el siguiente procedimiento: en primer lugar se aplicó la entrevista al gerente propietario para conocer datos sobre la empresa; luego se aplicaron encuestas dirigidas a los clientes externos, correspondiente a una muestra de 358 clientes para obtener la percepción de ellos en relación al servicio recibido; el modelo que se empleó para medir la satisfacción del cliente fue el modelo Servqual que consta de 5 dimensiones y 22 ítems. La escala que se aplicó fue la escala de Likert que consta de 5 niveles utilizada en la herramienta SERVQUAL.

Con la información de campo obtenida, se realizó la tabulación de datos, presentación y análisis de los resultados, en tablas y representación gráfica, lo que permitió apreciar los niveles de satisfacción de los clientes.

Con los resultados se pudo determinar los promedios de cada dimensión; un promedio de 4.32 para los elementos tangibles, un 4.36 para la fiabilidad, un 4.08 para la capacidad de respuesta, un 4.10 para la seguridad y un 4.47 para la empatía; dando un promedio general de 4.26 con calificación cualitativa de satisfecho; sin embargo existen factores que están afectando a la empresa siendo estos: el ítem 2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas obtuvo la calificación más baja siendo esta el 3.27 ubicándola en un rango aceptable; el ítem 11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes tiene el 3.84 y el ítem 12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes obtuvo el 3.99 ubicándose en una descripción cualitativa aceptable.

En base a los resultados se presenta la propuesta de mejoramiento continuo enfocada a mejorar los aspectos negativos y afianzar los positivos de la empresa; se plantea distribuir, organizar y remodelar el 100% del área física del departamento de ventas de la empresa Calzado Ortega; un plan de capacitación al personal de la empresa en lo concerniente al servicio y atención al cliente y un plan de motivaciones para el personal de la empresa esto ayudará a la empresa a obtener la satisfacción total del cliente y por ende lograr la fidelización de los mismos.

ABSTRACT

The present work has as purpose to evaluate the level of satisfaction of the clients and proposal of a program of continuous improvement in the company Calzado Ortega del Cantón Catamayo Province of Loja, for the year 2017.

The methodology in which the present investigation was supported was in the inductive, deductive, statistical methods and the bibliographic method; supported by field research techniques such as: interview and survey.

During the process of preparation of the present investigative work for the company Calzado Ortega, the following procedure had to be fulfilled: firstly, the interview was applied to the proprietary manager to learn about the company; Then, surveys aimed at external customers were applied, corresponding to a sample of 358 clients to obtain the perception of them in relation to the service received; The model that was used to measure customer satisfaction was the Servqual model, which consists of 5 dimensions and 22 items. The scale that was applied was the Likert scale that consists of 5 levels used in the SERVQUAL tool.

With the field information obtained, the tabulation of data, presentation and analysis of the results was carried out, in tables and graphic representation, which allowed to appreciate the levels of customer satisfaction.

With the results it was possible to determine the averages of each dimension; an average of 4.32 for the tangible elements, a 4.36 for the reliability, a 4.08 for the response capacity, a 4.10 for the security and a 4.47 for the empathy; giving a general average of 4.26 with qualitative qualification of satisfied; However, there are factors that are affecting the company, these being: item 2. The physical facilities of the company are visually attractive, obtained the lowest rating, this being 3.27, placing it in an acceptable range; item 11. Employees show to be able to offer a fast service to their clients, they have 3.84 and item 12. Employees are always willing to help their clients, they obtained 3.99, placing themselves in an acceptable qualitative description.

Based on the results, the proposal for continuous improvement focused on improving the negative aspects and consolidating the positive aspects of the company is presented; it is proposed to distribute, organize and remodel 100% of the physical area of the sales department of the company Calzado Ortega; Training plan for the company's personnel regarding the service and customer service and motivation plan for the company's personnel, this will help the company to obtain the total satisfaction of the client and therefore achieve the loyalty of the same.

c. INTRODUCCIÓN

La misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes (propietarios, directivos y empleados). Y decimos “debe ser” y no “es”, puesto que muchas empresas no se han dado cuenta de ello aún. Enfrascadas en una orientación al producto o a la venta, dejan totalmente de lado las reales necesidades y deseos del consumidor. La posibilidad de elección da poder al consumidor.

Un consumidor con poder se convierte en un cliente leal si se le ofrecen productos y servicios calibrados a sus necesidades. Esto es responsable de un cambio en el patrón del pasado, en el cual los consumidores o los usuarios de cosas o servicios tienen que adaptar sus vidas a los productos o los servicios ofrecidos.

Son estos los principales fundamentos que impulsaron a llevar a cabo el presente trabajo investigativo que se denomina **“Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017”**, que consiste en evaluar el nivel de satisfacción de sus clientes con el fin de generar datos reales que permitan identificar la percepción de los clientes sobre el

servicio prestado, con el propósito de que la empresa en estudio pueda mejorar y llegar a un proceso de mejora continua.

A continuación se presenta como se encuentra estructurado el presente proyecto, el cual inicia con **título** que indica todo lo relacionado a la investigación, el **resumen** que sintetiza lo más significativo del trabajo, la **introducción** en donde se detalla el contenido del proyecto.

Adjuntamente se presenta la **revisión de literatura** con teorías, conceptos y definiciones, cuya adecuada aplicación constituye un factor fundamental para garantizar la confiabilidad del trabajo y poder llevar de esta manera los conocimientos teóricos a la práctica, seguidamente se encuentran los **materiales y métodos** que sirvieron para la obtención de información en el presente trabajo.

Luego se expone la tabulación, ponderación e interpretación de **resultados** de las encuestas aplicadas a los clientes externos de la empresa.

Posteriormente en la **discusión** se hace relevancia al cumplimiento de los objetivos, la **propuesta de mejoramiento continuo** encaminada a corregir los aspectos negativos encontrados y afianzar los positivos.

Seguido a esto las **conclusiones y recomendaciones**, como un aporte esencial en el desarrollo del mismo. Finalmente se expone la **bibliografía** que deja como constancia científica la realización del proyecto de investigación y los **anexos** como fuentes de comprobación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco referencial

El Calzado

Según el autor Amat Amer nos dice:

El calzado es la parte de la indumentaria utilizada para proteger los pies. Adquiere muchas formas, como zapatos, sandalias, alpargatas, botas o deportivas. El calzado es vestido por una variedad de motivos, incluyendo la protección del pie, la higiene o el simple adorno. A menudo se utilizan medias o calcetines al vestir calzado (Amat Amer, 1988).

Tipos de calzado

Alpargatas, hawaianas, botas, huaraches, sandalia, zapatos de plataforma, zapatillas running, zapatillas Urbanas, zapatos deportivos, zapatos con alzas, zapatos de tacón, zapatillas de futbol. (Amat Amer, 1999)

Tallas

Desde el siglo XVIII, en el ramo del calzado se utiliza una unidad propia: el punto. Así pues, para determinar la longitud del pie podía

utilizarse el punto París, el punto Berlín, el punto Viena, etc., que los maestros de distintas regiones habían fijado a raíz de distintos acuerdos. En cualquier caso, las numeraciones para determinar la longitud del zapato no tuvieron demasiada importancia hasta finales del siglo XIX, cuando empezó a desarrollarse la producción en masa (Amat Amer, 1988).

Existen cuatro tipos de numeraciones principales:

a. La numeración europea

Durante la época de Napoleón (principios del siglo XIX), en Europa se extendió el uso del punto París, equivalente a $\frac{2}{3}$ cm, es decir 6,667 mm. Puesto que esta medida resultaba demasiado grande, se introdujeron medias medidas: el número 40,5 equivale aproximadamente a 27 cm. (Amat Amer, 1988).

b. La numeración inglesa

El sistema inglés quedó fijado por orden del rey de Inglaterra Eduardo II. Éste determinó que tres granos de cebada juntos formaban una pulgada (1 pulgada = 2,54 cm) y que 12 pulgadas eran un pie (1 pie = 30,48 cm.) La unidad de calzado inglés equivale a la longitud de un grano de cebada, es decir $\frac{1}{3}$ de pulgada o 8,46 mm. También en este

caso la unidad resultó ser demasiado grande, por lo que se introdujeron números medios: $1/2 = 4,23$ mm. (Amat Amer, 1988).

El sistema de numeración inglés empieza con un longitud para adultos de unos 22 cm. (número 1, equivalente a la 33 francesa). A estos 22 cm o 8,66 pulgadas se le añade $1/3$ de pulgada por número. El número 42 francés se corresponde al número 28 de las tallas métricas y al 8 de la numeración inglesa ($22 \text{ cm} + (8 \times 0,846) = 28,77 \text{ cm}$). La numeración más corriente entre caballeros oscila entre el número 5,5 (número 39 en el sistema francés) y el 11 (número 46 en el sistema francés). (Amat Amer, 1988).

c. La numeración estadounidense

Se trata básicamente de la unidad inglesa. La diferencia radica en el punto de partida. En el sistema estadounidense, la escala está adelantada 1,116 mm, por lo que, en comparación con el sistema inglés, cada número empieza un poco antes. (Amat Amer, 1988).

d. La numeración métrica

La numeración métrica permite medir tanto la longitud del pie como de un zapato y cuenta con una escala similar. En la práctica no se ha impuesto para la numeración del calzado (Amat Amer, 1988).

Marco conceptual

Satisfacción del cliente

Según los autores Zeithaml y Berry, define la satisfacción del cliente como: “Una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio” (Zeithaml & Berry , 1992).

Según el autor Grande, define la satisfacción del cliente como: “El resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos” (Grande, 2000).

Según los autores Keller y Kotler nos dice que la satisfacción es:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. (Keller & Kotler, 2006)

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Según Armstrong y Kotler, los beneficios de lograr la satisfacción del cliente están resumidos en tres grandes puntos que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro. (Armstrong & Kotler, 2006)

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. (Armstrong & Kotler, 2006)

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. (Armstrong & Kotler, 2006)

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

Según el autor Kotler la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa, se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio, está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad, sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente, depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones: Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio experiencias de compras anteriores, opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión, promesas que ofrecen los competidores. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio.

Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente. (Kotler, 2005)

Formas de lograr la satisfacción del cliente

Según los autores Staton & Etzel las formas de lograr la satisfacción del cliente son:

Ofrecer un producto de calidad: ofrecer un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias. (Staton & Etzel, 2004)

Cumplir con lo ofrecido: procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega. (Staton & Etzel, 2004)

Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.

Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas de un mismo cliente. (Staton & Etzel, 2004)

Brindar una rápida atención: brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y

resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente. (Staton & Etzel, 2004)

Resolver problemas, quejas y reclamos: atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva. (Staton & Etzel, 2004)

Evaluación de la Satisfacción del Cliente

Según Lehman y Winer hacen referencia a que “la calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente” y para ello es esencial medir dos aspectos:

La primera de ellas es a través de la diferencia entre el rendimiento percibido y las expectativas que se tenían antes de consumir el producto o servicio; bajo esta fórmula los elementos que componen la satisfacción del cliente son a) El rendimiento percibido, b) Las expectativas y, c) El nivel de satisfacción el cual es la diferencia entre percepciones y expectativas. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

La segunda forma es tomando en cuenta sólo las percepciones; bajo este concepto la satisfacción del cliente tendría como elemento solamente el rendimiento percibido más no las expectativas. (Cronin & Taylor, 1994)

Percepciones del Cliente “No son los sucesos reales, sino lo que los consumidores piensan respecto a ello, lo que afecta sus acciones y sus hábitos de compra” (Schiffman & Lazar, 2006).

Las Expectativas: “Son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder” (Zeithaml & Bitner, 2002).

Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente:

Según el método de medición que se adopte, es posible tener dos fórmulas diferentes que permiten determinar la satisfacción del cliente.

Si nos basamos en las percepciones y expectativas; la fórmula resultante será: **Percepciones-Expectativas= Nivel de satisfacción.**

Si nos basamos sólo en las percepciones, la fórmula es:

Percepciones=Nivel de satisfacción

La evaluación del servicio

Según Hill y Jim, manifiesta:

Que el servicio es un valor percibido por los clientes de manera subjetiva y para nada tangible, depende del punto de vista de cada persona y puede variar tantas veces como clientes tenga una compañía. Ante este panorama es difícil lograr un nivel de servicio que satisfaga al 100 % de los clientes y los mantenga fieles al producto o propuesta de servicio que tenga la organización. (Hill & Jim, 2001)

Por eso se hace importante cuestionar permanentemente la percepción que tienen los clientes sobre la calidad de nuestro servicio. Se deben generar métodos de tabulación de información que produzcan cuestionarios cada vez más cercanos a los puntos de interés de los clientes en lo concerniente al producto o servicio que se ofrece. (Hill & Jim, 2001)

Se hace necesario contar con un sistema de evaluación cuyos resultados sirvan para mejorar hacia el interior de la organización y permita mostrar los cambios y progresos que tiene la empresa, basados en las inquietudes y sugerencias de los clientes, lo que permitirá lograr, en parte, la fidelidad de los mismos. (Hill & Jim, 2001)

Proceso de medición de la satisfacción del cliente.

Según el autor Thompson, el proceso de medición de la satisfacción del cliente consta de las siguientes etapas:

Planificar: Antes de iniciarse en el proceso de la medición de la satisfacción del cliente, es muy importante tener perfectamente definido quién es el cliente y con qué objetivo se va a realizar la medición. Una vez definidos quiénes son los clientes y cuáles son los objetivos que se quieren alcanzar, se tiene que planificar cómo llevar a cabo la medición de la satisfacción de los clientes, averiguando, a nivel interno, cuáles son las necesidades y expectativas de los clientes, fijando indicadores

y eligiendo la metodología para llevar a cabo la medición. Y a nivel externo, preguntando directamente al cliente, siendo el método más utilizado la encuesta. (Thompson, 2006)

Ejecutar medición de la satisfacción del cliente: Una vez definidos los atributos que se quieren medir, los indicadores que se van a controlar y la metodología que se va a emplear para la medición de los mismos, así como el método que se va a emplear para preguntar al cliente, el siguiente paso es poner en práctica lo planificado en la etapa anterior, asignando claramente las responsabilidades de cada tarea a ejecutar. Es decir, en esta etapa es cuando realmente se lleva a cabo la medición de la satisfacción del cliente, mediante el seguimiento de los indicadores y el llenado de las encuestas por los clientes. (Thompson, 2006)

Verificar análisis de los datos obtenidos: Es realmente importante pararse a analizar los datos obtenidos de las distintas mediciones realizadas, así como la evolución de los indicadores fijados, porque a partir de ellos se va a conocer el nivel de satisfacción de los clientes detectándose: las posibles desviaciones, los puntos fuertes y débiles, las áreas de oportunidad con el objetivo de establecer un plan de acción para mejorar los resultados de satisfacción. (Thompson, 2006)

Actuar: Tras el análisis de los datos obtenidos y comprobando periódicamente la evolución de los indicadores establecidos, se

conocerá el grado de satisfacción de los clientes con los productos y servicios. Asimismo, si algún indicador no ha alcanzado los valores que se desean se establecerán las correspondientes acciones para conseguir los objetivos establecidos. (Thompson, 2006)

Método para la evaluar la satisfacción del cliente.

Según Pérez manifiesta que para evaluar la satisfacción podemos emplear metodologías tanto cualitativas como cuantitativas.

Las metodologías cualitativas (grupos focales, paneles de clientes, cliente misterioso, etc.) no requieren grandes muestras de población a analizar aunque normalmente tienen un coste más elevado y sus resultados son más complicados de tratar de manera estadística. (Pérez , 2010)

Las metodologías cuantitativas (encuestas) requieren mayores muestras de población aunque normalmente tienen un menor coste y sus resultados son más sencillos de tratar de manera estadística.

La aplicación de pequeñas encuestas en el momento de terminar el servicio o de forma periódica es muy común, y aportan información muy importante, ya que puede abordar todo tipo de temas, desde aspectos propios del producto, la calidad del servicio, atención, infraestructura, higiene, etc. (Pérez , 2010)

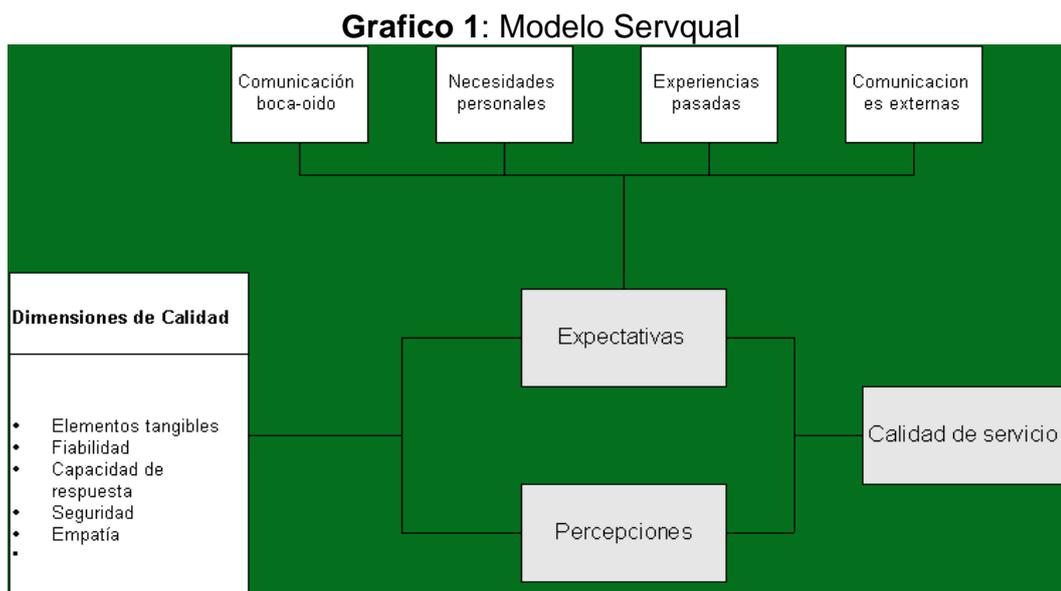
Es por ello que en esta investigación emplearemos la metodología cuantitativa.

Modelos de medición de la satisfacción del cliente

Modelo Servqual

Planteado por Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985):

Define la calidad de servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio que efectivamente reciben de la empresa. Este modelo es conocido como el modelo SERVQUAL cuyas siglas en inglés se traducen como “Modelo de la Calidad del Servicio”. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)



Fuente: Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

En este modelo se establece que el cliente espera un servicio (expectativa) y supone recibirá, consciente o inconscientemente evalúa ciertas características (dimensiones del servicio) durante la prestación del mismo, lo que le permite tener impresiones al respecto (percepción) y emite un juicio una vez terminado éste. Por esto mismo, SERVQUAL, es una de las principales fuentes de información para que las empresas de servicios conozcan el nivel de satisfacción de sus clientes, ubicar áreas de oportunidad y proponer y/o implementar mejoras para tener clientes satisfechos. La satisfacción del cliente es lo más importante para las empresas razón por la cual han empezado a buscar la manera de cómo ir creciendo en ese aspecto, brindando un servicio de calidad para estar a la vanguardia con las demás empresas y conservar a los clientes. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Al aplicarse el servqual lo que está midiendo es:

- “Una calificación global de la calidad del establecimiento, y la compara contra el estándar válido
- Lo que desean los consumidores de ese establecimiento (Beneficios Ideales).
- Lo que encuentran los consumidores en ese establecimiento (Beneficios Descriptivos).
- Calcula brechas de insatisfacción específicas.

- Ordena defectos de calidad desde el más grave y urgente hasta el menos grave” (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Cuestionario servqual

"Un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio", identificando el Termino Escala con una clasificación de preguntas. Por lo tanto consistía en un cuestionario con preguntas estandarizadas desarrollado en los Estados Unidos con el apoyo del Marketing Science Institute, llamado escala SERVQUAL.

Dimensiones de SERVQUAL

Existen cinco diferentes dimensiones que los clientes utilizan al momento de juzgar las compañías que prestan servicios. Estas son:

Elementos tangibles: Apariencia física de las instalaciones y del personal.

- La empresa de servicios tiene equipos de apariencia moderna.
- Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas
- Los empleados tienen apariencia pulcra
- Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros

Confiabilidad: Entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.

- Cuando la empresa de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- Cuando un cliente tiene un problema la empresa muestra un sincero interés en solucionarlo
- La empresa realiza bien el servicio la primera vez
- La empresa concluye el servicio en el tiempo prometido
- La empresa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores

Capacidad de respuesta: Refleja el compromiso de la empresa en brindar sus servicios. Esta se refiere a la voluntad y disposición que tengan los empleados al momento de prestar un servicio.

- En una empresa servicios, los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.
- En una empresa de servicios los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.
- En una empresa los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.
- En una empresa, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.

Seguridad: Como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.

- El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes
- Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.
- Los empleados son siempre amables con sus clientes
- Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.

Empatía: La capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.

- Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.
- El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes
- Los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.
- Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios
- El empleado entiende las necesidades específicas del cliente
(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Cada una de las dimensiones anteriores está compuesta por las expectativas que tiene el cliente acerca del servicio, en base a estas fue creada la encuesta que se presentada a continuación. Este cuestionario consta de 22 ítems y evalúa 5 dimensiones que son (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

Tabla 1
Matriz de ítems de evaluación

Elementos tangibles	1	2	3	4	5
1. La calidad y variedad de los productos que ofrece la empresa cubre sus necesidades.					
2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.					
3. Los empleados tienen apariencia pulcra					
4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros.					
Confiabilidad:					
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.					
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.					
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.					
8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez					
9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					
Capacidad de respuesta:					
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio					
11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes.					
12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.					
13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió en un tiempo adecuado.					
Seguridad:					
14. El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes					
15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.					
16. Los empleados son siempre amables con sus clientes					
17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.					
Empatía:					
18. Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.					
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes					
20. los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.					
21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios					
22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente					

Fuente: Calzado Ortega

Se decidió utilizar la escala Likert misma que maneja SERVQUAL reducida a 5 niveles, ya que simplifica el llenado del cuestionario y facilita la interpretación de la información que arroja la encuesta.

Escala Likert

La escala de Likert es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le proponemos.

Escala Likert para interpretar la satisfacción del cliente
Tabla N° 2

Nivel	Significado	Calificación cuantitativa
1	Muy insatisfecho	1 - 1.99
2	insatisfecho	2 - 2.99
3	Aceptable	3 - 3.99
4	Satisfecho	4 - 4.99
5	Muy satisfecho	5

Fuente: Escala de Likert
Elaborado por: La autora

La tabla muestra el nivel Likert y su significado, cada nivel cuenta con un rango de 1 cada uno, esto se acordó con el personal de la empresa Calzado Ortega. La escala permite ver en qué nivel de satisfacción se encuentra la empresa.

Mejora Continua

Según Camisón , Cruz, & González, manifiesta:

La mejora continua es un proceso que pretende mejorar los productos, servicios y procesos de una organización mediante una actitud general, la cual configura la base para asegurar la estabilización de los circuitos y una continuada detección de errores o áreas de mejora.

La mejora continua constituye un método eficaz para lograr la calidad total, también denominada excelencia, que es la evolución que ha ido experimentando el concepto de calidad. La calidad es, por lo tanto, el estadio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término de calidad a lo largo del tiempo.(Camisón , Cruz, & González , 2006).

El mejoramiento continuo

James Harrington, para él “mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso” (Harrington , 1993)

Importancia del programa de mejoramiento continuo

La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual

pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes. (Harrington , 1993)

Ciclo PDCA

Según Deming, manifiesta que:

El nombre del Ciclo PDCA (o Ciclo PHVA) viene de las siglas Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, en inglés “Plan, Do, Check, Act”. También es conocido como Ciclo de mejora continua o Círculo de Deming. Esta metodología describe los cuatro pasos esenciales que se deben llevar a cabo de forma sistemática para lograr la mejora continua, entendiendo como tal al mejoramiento continuado de la calidad (disminución de fallos, aumento de la eficacia y eficiencia, solución de problemas, previsión y eliminación de riesgos potenciales) (Deming, 1989).

Los 4 pasos del Ciclo Deming

Planear: Establecer los objetivos de mejora, detallar las especificaciones de los resultados esperados, identificar los puntos de medición.

Hacer: Aplicar soluciones, documentar las acciones realizadas.

Vigilar: Vigilar los cambios que se hayan realizado, obtener retroalimentación.

Actuar: Realizar los ajuste necesarios, aplicar nuevas mejoras, documentar.

El mejoramiento continuo es una incesante búsqueda de problemas y sus soluciones. (Deming, 1989)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales utilizados

Durante el proceso de elaboración del proyecto, se recurrió a diversos materiales para elaborar, archivar, sustentar y complementar el presente trabajo; a continuación se detallan:

Talento humano.

❖ Autora del proyecto de tesis.

Tania Patricia Valdivieso Arias

❖ Director de tesis designado por la Universidad.

Ing. Carlos Rodríguez, Mgs.

❖ Local comercial Calzado Ortega

Gerente propietario

Clientes externos

Recursos materiales

Los recursos materiales que se usó en el presente trabajo investigativo son:

❖ Computadora.

❖ Internet.

- ❖ Flash memory
- ❖ Calculadora
- ❖ Útiles de oficina
- ❖ Material bibliográfico.

Métodos

Durante el proceso de elaboración de la tesis, siguió un estricto curso de cada uno de los materiales, métodos y técnicas para asociarse en una metodología idónea y capaz de responder sistemáticamente a las distintas interrogantes que se empleara en este proyecto investigativo.

Inductivo.- Este método le permitió la información muy particular a lo general. La aplicación de este método se basó en la observación, es decir ver y escuchar fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva.

Deductivo.- Este método fue de base elemental, con apoyo de información de (internet, libros, revistas, módulos) para conocer de forma general todo lo concerniente a la satisfacción de los clientes. Que sin duda alguna es de gran ayuda para proceder con este proyecto.

Estadístico.- Se aplicó este método para tabular e interpretar los resultados.

Bibliográfico.- Es un método de trascendental importancia ya que mediante la investigación, el análisis y la síntesis que se realizó en libros,

revistas, documentos existentes en bibliotecas y en la web, permitió extraer conceptos que refuerzan y sostienen la temática referida en este perfil de proyecto.

Técnicas

Entrevista.- Esta entrevista tuvo como principal ventaja proporcionar información directa y confiable, ya que esta entrevista se la realizó al gerente propietario del local comercial Calzado Ortega para conocer datos de primera mano.

Encuesta.- Sin duda la técnica de la encuesta jugó un papel indispensable, en el transcurso del proceso de investigación, ya que aportó datos fundamentales obtenidos de los clientes- empresa con rapidez y eficacia; se encuestó a 358 clientes.

Muestra.- Permitted obtener una representación significativa de la población de investigación, bajo la asunción de un error (generalmente al 5%).

Dónde:

N= población total (5200 clientes)

e =5 % margen de error

P=50% probabilidad de éxito

q=50% probabilidad de fracaso

Z= 95% nivel de confianza

n= tamaño de la muestra

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(5200)}{(5200)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416).(0,25)(5200)}{(5200)(0.0025) + (3.8416).(0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416).(1300)}{(13) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{4994.08}{13,960}$$

n = 358 encuesta

f. RESULTADOS

Diagnostico Situacional

Reseña histórica de la empresa

La Empresa Calzado Ortega nació hace 20 años, la cual fue fundada por la señora Anita Cecilia Torres Ruiz siendo una mujer emprendedora que inicio a muy temprana edad a incursionar en el mundo de las ventas.

Desde su niñez estuvo estrechamente relacionada con los negocios, debido a que sus padres poseían una empresa familiar lo cual con el tiempo despertó su interés por crear su propia empresa poniendo en práctica su experiencia adquirida durante todo este tiempo.

Transcurrido el tiempo la señora Anita Cecilia decidió crear su propio negocio para lo cual tuvo que auxiliarse de un apalancamiento financiero para iniciar sus operaciones, en ese periodo contaba con un local super pequeño, no contaba con personal de venta porque inicio siendo una empresa familiar.

Esta empresa comenzó con varias líneas de productos (calzado de diferentes marcas nacionales, para damas caballeros y niños) luego empezó a introducir marcas importadas reconocidas nacional e internacionalmente como giro principal y agregando otras líneas (carteras, gorras y mochilas).

Actualmente cuenta con instalaciones más amplias, cuenta con tres empleados en el área de ventas y atención al cliente orientado a brindar un buen servicio al cliente.

Datos de la empresa

Nombre de la empresa comercial: “Calzado Ortega”

Macrolocalización

La empresa Calzado Ortega se encuentra ubicada en el Cantón Catamayo de la Provincia de Loja.

Gráfico N° 2. Mapa Provincia de Loja



Fuente: GAD de Catamayo

Microlocalización

La empresa está ubicada en el Cantón Catamayo de la provincia de Loja, en la Av. Isidro Ayora y avenida Catamayo frente al parque central.

Gráfico N° 3. Mapa de Catamayo



Fuente: GAD de Catamayo

Filosofía empresarial

Misión: Nuestra misión está orientada a ofrecer la mejor calidad y variedad de productos en la venta de calzado en la ciudad de Catamayo, brindándoles a nuestros clientes las mejores opciones de compra, manteniendo precios competitivos, comprometiéndose a cubrir todas las expectativas de nuestros clientes logrando la satisfacción total del mismo y así mantenernos en el mercado competitivo.

Visión: Ser la mejor tienda en el Cantón Catamayo que ofrezca la mejor calidad y variedad de productos en la venta de calzado, generar un valor agregado a los clientes a los que lleguemos y contribuir al desarrollo de nuestros colaboradores y propietario, fortaleciendo nuestra solidez por medio de la planeación y el trabajo en equipo.

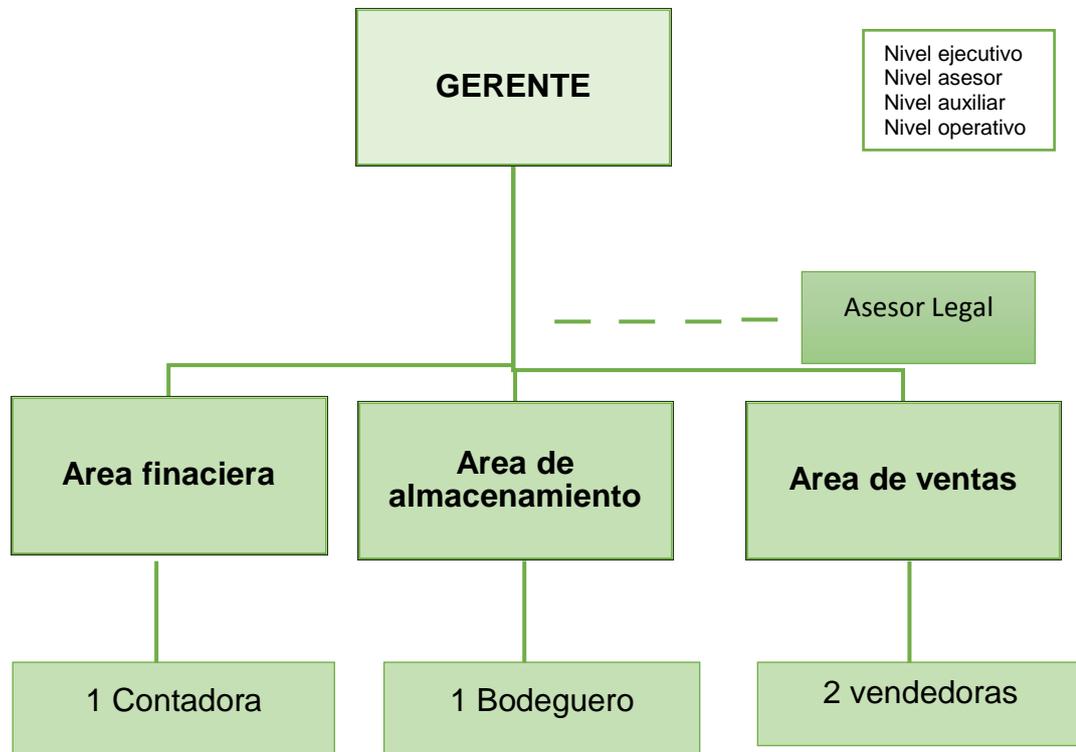
Valores

- ❖ **Honestidad:** Se ha decidido hablarle al cliente con la verdad, decirle las cosas de frente sin engaños, de esta forma se genera una relación de confianza entre las partes y de igual manera lo hacemos con los proveedores.
- ❖ **Atención al cliente:** Nuestros clientes son la razón de ser de la empresa, es por ello que nos dedicamos a llevarles y entregarles soluciones acompañadas de un buen trato y así mantener una buena comunicación.
- ❖ **Respeto:** Nos preocupamos por mantenerlo como el pilar fundamental de la empresa para así poder ganar esa confianza de los clientes y así mantener una convivencia pacífica.
- ❖ **Eficiencia:** Se espera a diario poder trabajar haciendo bien las cosas sin pérdida de tiempo y evitando desperdiciar los recursos sin sacrificar por ello la calidad.
- ❖ **Calidad:** Se le atribuye un gran valor a la calidad en nuestra empresa, no solo en las actividades materiales sino también en el accionar diario.

Políticas: En Calzado Ortega nuestros proyectos están orientados a generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.

Gráfico N° 4

Organigrama estructural de la empresa Calzado Ortega.



Organigrama estructural de la empresa Calzado Ortega.
Fuente: Empresa Calzado Ortega

Productos o servicios que ofrece la empresa

Esta empresa se caracteriza por ser una de las pocas en el Cantón Catamayo especializadas en la comercialización de productos de marcas reconocidas entre las cuales se encuentra:

❖ **Marcas en la línea de caballeros**

Nike, Adidas, Reebok, New balance, Puma, Jarpers, Pegada, Ferracini, entre otras

❖ **Línea de damas**

Picadilly, Bebece, Moleca, Galorini, Cass, Azalea, Ms, entre otras

❖ **Línea de niños**

Bubble gummers, Pampili, Pecompe, Lego, Guifer, etc

❖ Gorras Nike, Adidas. Cat. etc.

❖ Carteras surtidas

❖ Mochilas surtidas

Análisis e interpretación de la entrevista al Gerente

La siguiente información corresponde a los resultados extraídos de la entrevista dirigida a la Gerente propietaria de Calzado Ortega Anita Cecilia Torres Ruiz.

1. ¿Cuánto tiempo de operación tiene la empresa Calzado Ortega?

Manifestó la Sra. Gerente que:

La empresa Calzado Ortega lleva laborando en el mercado local como es la ciudad de Catamayo 20 años de servicio en la venta de calzado para damas caballeros y niños en las mejores marcas nacionales e importadas a propios y extraños desde el 18 de Enero del año 1996.

2. ¿Qué tipo de servicios ofrece la empresa a los clientes?

Los tipos de servicio que ofrece la empresa son la venta de calzado para damas caballeros y niños en las mejores marcas nacionales e importadas con diseños y modelos acorde a la moda

3. ¿A qué tipo de mercado están dirigidos los productos y servicios?

La Sra. Gerente supo decir que:

Está dirigido a todo el público que este en posibilidad de adquirir nuestros productos y servicios, siendo para propios y extraños de la localidad garantizándoles calidad de nuestros productos y servicios.

4. ¿Podría describir la misión, visión y políticas de la empresa?

Misión: Nuestra misión esta orientada a ofrecer la mejor calidad y variedad de productos en la venta de calzado en la ciudad de Catamayo, brindándoles a nuestros clientes las mejores opciones de compra, manteniendo precios competitivos, comprometiéndose a cubrir todas las expectativas de nuestros clientes logrando la satisfacción total del mismo y así manteneros en el mercado competitivo.

Visión: Ser la mejor tienda en el Cantón Catamayo que ofrezca la mejor calidad y variedad de productos en la venta de calzado, generar un valor agregado a los clientes a los que llegemos y contribuir al desarrollo de nuestros colaboradores y propietario, fortaleciendo nuestra solidez por medio de la planeación y el trabajo en equipo.

Políticas: En Calzado Ortega nuestros proyectos están orientados a generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.

5. ¿Qué valores se destacan en su empresa?

En la empresa Calzado ortega se destacan los siguientes valores

Honestidad: Se ha decidido hablarle al cliente con la verdad, decirle las cosas de frente sin engaños, de esta forma se genera una relación de confianza entre las partes y de igual manera lo hacemos con los proveedores.

Atención al cliente: Nuestros clientes son la razón de ser de la empresa, es por ello que nos dedicamos a llevarles y entregarles soluciones acompañadas de un buen trato y así mantener una buena comunicación.

Respeto: Nos preocupamos por mantenerlo como el pilar fundamental de la empresa para así poder ganar esa confianza de los clientes y así mantener una convivencia pacífica.

Eficiencia: Se espera a diario poder trabajar haciendo bien las cosas sin pérdida de tiempo y evitando desperdiciar los recursos sin sacrificar por ello la calidad.

6. ¿Con cuántos empleados trabaja en la empresa y a que se dedican?

La empresa Calzado Ortega actualmente cuenta con 1 Gerente-Propietario que se encarga por día a día impartir las actividades de trabajo y a su vez controlar a cada empleado el trabajo que realizan de acuerdo al cumplimiento de las actividades para lograr alcanzar las metas propuestas; 3 empleados encargados de la atención al cliente incluye cajera, se dedican a dar una muy buena atención a los clientes, demostrar respeto, cordialidad, amabilidad y confianza capaz de que el cliente adquiera el producto y servicio se sienta satisfecho y regrese a comprar.

7. Realiza algún plan de incentivos y recompensas que retribuya al empleado?

Por el momento no se realiza ningún tipo de incentivos

8. ¿Con qué áreas cuenta la empresa?

La empresa Calzado Ortega cuenta con área de gerencia, área financiera, área de almacenamiento y área de ventas.

9. ¿De acuerdo a su conocimiento que clima laboral posee dentro de su empresa?

En la empresa existe una buena relación entre el personal Administrativo y empleados teniendo una comunicación descentralizada, en el cual toma muy en cuenta las sugerencias que realiza cada uno de los empleados en lo concerniente a cada área para de esta manera obtener buenas relaciones laborales para poder permitir el mejor desenvolvimiento de las personas que ahí trabajan logrando que sea muy bueno aprovechando la comunicación entre los distintos cargos, viéndose esto reflejado en el cumplimiento de sus deberes, en la buena disposición al momento de ejecutar una orden dada para así encaminarse al cumplimiento de los objetivos establecidos, así como de la misma manera conllevando a una excelente atención a los clientes y un eficiente clima organizacional.

10. ¿Qué sistemas de información posee su empresa?

Como sistemas de información se tiene un registro en la base de datos en el que contiene todos los datos personales de los clientes, él mismo que permite conocer que promedio de clientes se tiene mensual y anualmente.

11. ¿Su empresa realiza constantemente capacitaciones, cuáles y de que tema?

No, no se realiza capacitaciones de formación

12. ¿Qué aspectos considera de mayor importancia para que Calzado Ortega haya logrado obtener una amplia aceptación de la ciudadanía?

Al respecto la Sra. Gerente supo indicar que:

Calzado Ortega mantiene una excelente calidad de productos y de atención al cliente que ha servido para despuntar de la competencia y lograr obtener una amplia aceptación de la ciudadanía.

13. ¿Cuál es su estrategia para atraer y mantener a los clientes satisfechos?

Al respecto la Sra. Gerente supo indicar que:

La estrategia para atraer y mantener clientes es haciéndoles descuentos por su compra y sobre todo se trata de mantener y mejorar la atención personalizada.

14. ¿Cuál cree usted que ha sido el factor principal que ha incidido en el crecimiento y desarrollo de la empresa?

Al respecto la Sra. Gerente supo indicar que:

El factor principal que ha incidido para el crecimiento y desarrollo de la empresa es la buena atención que se les da a todos nuestros clientes

esmerándonos en que sea personalizada, la confianza, la armonía laboral, y sobretodo el aseo y orden del área de venta haciendo que los clientes se lleven una buena imagen de la empresa.

15. ¿Cuál es el compromiso que usted como empresa mantiene con la sociedad en general

Al respecto la Sra. Gerente supo indicar que:

Como empresa tengo el compromiso de ofrecer productos y servicios de calidad, eficiencia, que satisfagan a plenitud los deseos y necesidades de la sociedad y poder cumplir con las expectativas de los clientes logrando en ellos la total satisfacción.

Análisis personal de la entrevista al Gerente

La empresa Calzado Ortega lleva laborando en el mercado local como es la ciudad de Catamayo 20 años de servicio en la venta de calzado para damas caballeros y niños en las mejores marcas nacionales e importadas a propios y extraños.

Calzado Ortega mantiene una excelente calidad de productos y de atención al cliente que ha servido para despuntar de la competencia y lograr obtener una amplia aceptación de la ciudadanía.

Se observa que en términos generales se establecido una misión, visión, objetivos, políticas y valores de la empresa.

La empresa Calzado Ortega actualmente cuenta con 1 Gerente-Propietario que se encarga por día a día impartir las actividades de trabajo y a su vez controlar a cada empleado el trabajo que realizan de acuerdo al cumplimiento de las actividades para lograr alcanzar las metas propuestas; 3 empleados encargados de la atención al cliente incluye cajera, se dedican a dar una muy buena atención a los clientes, demostrar respeto, cordialidad, amabilidad y confianza capaz de que el cliente adquiera el producto y servicio se sienta satisfecho y regrese a comprar.

La estrategia para atraer y mantener clientes es haciéndoles descuentos por su compra y sobre todo se trata de mantener y mejorar la atención personalizada.

En la empresa existe una buena relación entre el personal Administrativo y empleados teniendo una comunicación descentralizada.

Como puntos débiles de la empresa se constata que la empresa no realiza ningún tipo de capacitaciones a sus empleados.

Análisis de resultados obtenidos en las encuestas

El cuestionario consta de 22 ítems y evalúa 5 dimensiones que son (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

1. La calidad y variedad de los productos que ofrece la empresa cubre sus necesidades.

Tabla 3.
Calidad y variedad de productos

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	36%	64%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	128	230	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	1.43	3.21	
Valor pregunta	4.64 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

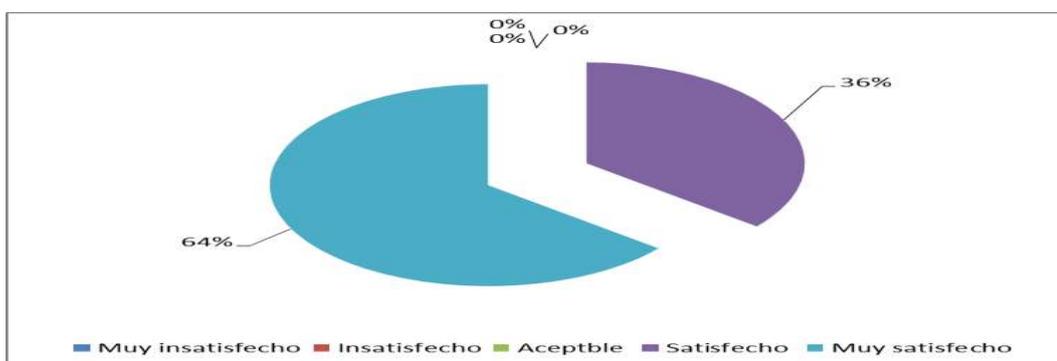


Gráfico 5.
Fuente: Tabla 3.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Los resultados demuestran que el 64% de clientes están muy satisfechos y el 36% satisfecho. Por lo que se concluye que los clientes se encuentran satisfechos en este ítem.

2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.

Tabla 4.
Instalaciones físicas

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	72%	28%	0%	100%
Nro. de respuestas	0	0	258	100	0	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	2.16	1.11	0	
Valor pregunta	3.27 = (Aceptable)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

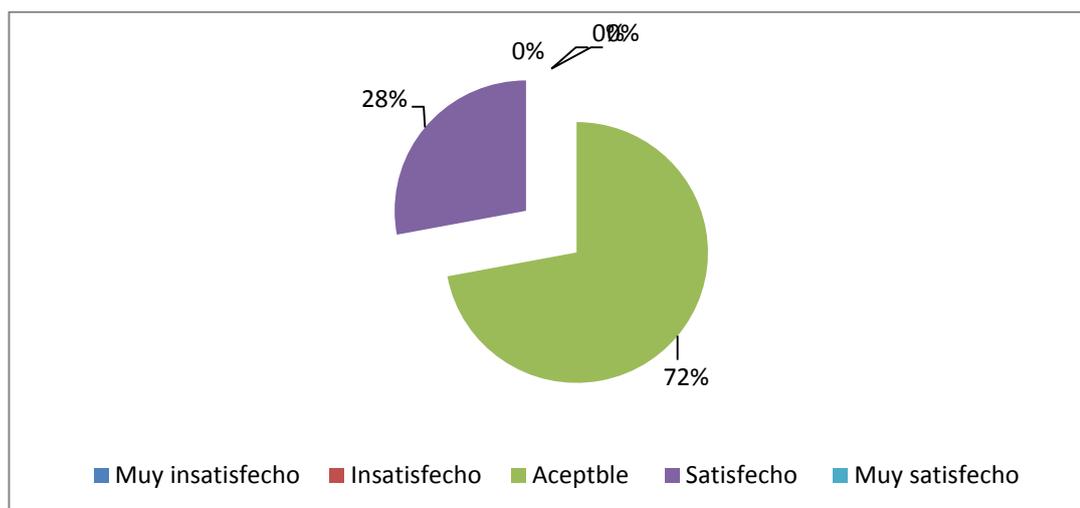


Gráfico 6.
Fuente: Tabla 4.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: El Nivel de satisfacción con respecto a las instalaciones físicas. Los resultados demuestran que el 72% está en un nivel aceptable y el 28% satisfecho. Por lo que se debe preocupar adecuar de mejor maneras las instalaciones en distribuir, organiza y remodelar la tienda para mejorar la imagen de la empresa.

3. Los empleados tienen apariencia pulcra

Tabla 5.
Apariencia de los empleados

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	16%	84%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	58	300	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	0.64	4.19	
Valor pregunta	4.83 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

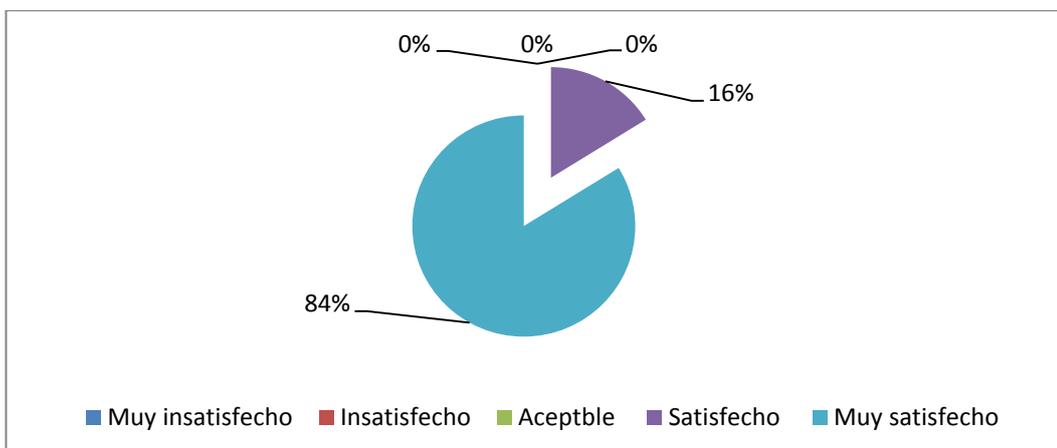


Gráfico 7.
Fuente: Tabla 5.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: en cuanto al nivel de satisfacción con respecto a la apariencia de los empleados. Los resultados demuestran que el 84% de clientes están muy satisfechos y un 16% satisfecho. Por lo que se concluye que los empleados tienen una buena presentación personal.

4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros.

Tabla 6.
Elementos materiales

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	0	358	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	0	5	
Valor pregunta	5 = (Muy satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

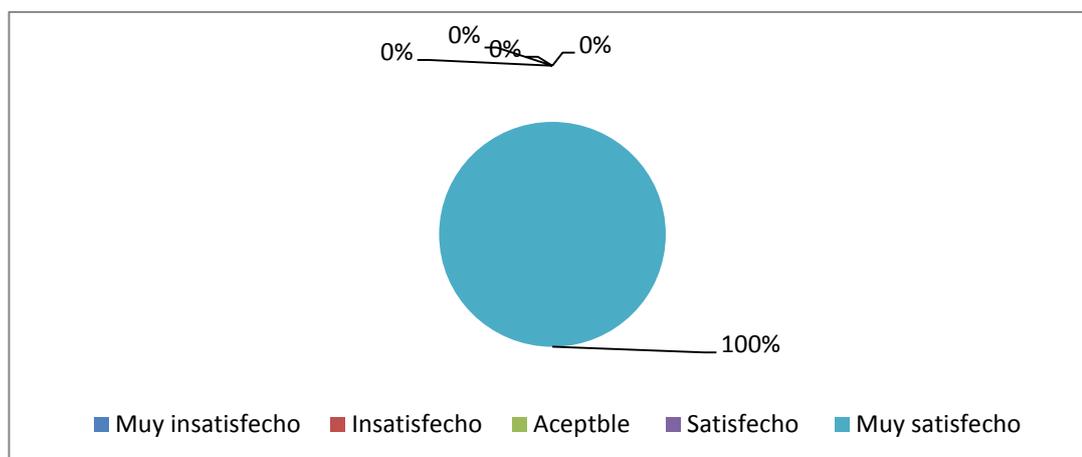


Gráfico 8.

Fuente: Tabla 6.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Como se observa en el gráfico 8 los clientes muestran que el 100% está muy satisfecho, por lo que la empresa emite a sus clientes las facturas visualmente claros.

5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.

Tabla 7.
Servicio esperado

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	55%	45%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	198	160	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.21	2.23	
Valor pregunta	4.44 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

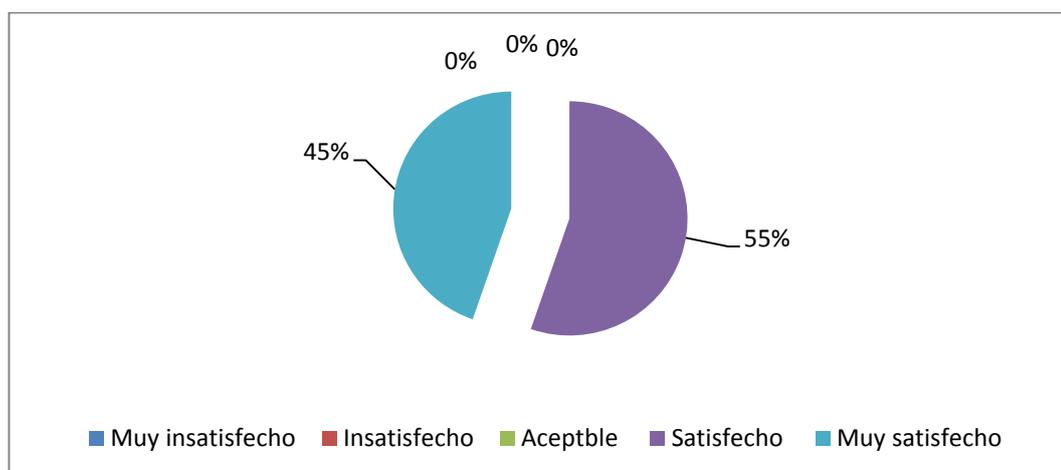


Gráfico 9

Fuente: Tabla 7.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Con respecto al servicio esperado los clientes muestran que el 55% está satisfecho y el 45% muy satisfecho por lo que se puede acotar que la empresa se esmera por brindar un buen servicio a sus clientes.

6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.

Tabla 8
Cumplimiento del servicio

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	64%	36%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	228	130	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.54	1.81	
Valor pregunta	4.35 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

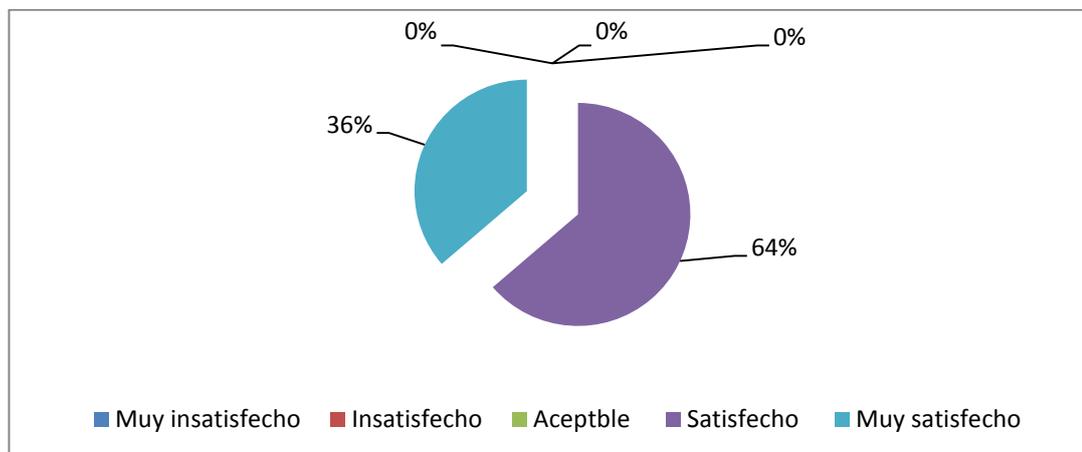


Gráfico 10.
Fuente: Tabla 8
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Con respecto al cumplimiento del servicio los clientes muestran que el 64% está satisfecho y el 36% muy satisfecho. Por lo que se puede decir que los empleados son responsables en el servicio y el cliente se siente satisfecho.

7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.

Tabla 9.
Solución de problemas

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	61%	39%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	218	140	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.43	1.95	
Valor pregunta	4.38 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

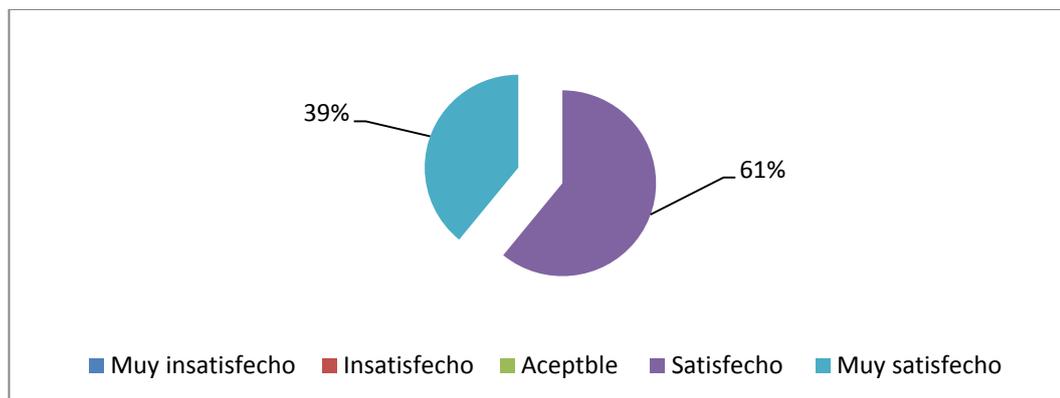


Gráfico 11.
Fuente: Tabla 9.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Los resultados al ítem solución de problemas demuestran que el 61% de los clientes se encuentran satisfechos y el 39% muy satisfecho, por lo que se puede acotar que los empleados se esmeran en dar solución a inconvenientes que tienen los clientes y así mantener a sus clientes satisfechos. Pues en el mercado de hoy, el cliente no espera solamente adquirir un producto, sino que este vaya acompañado de asesoría, recomendaciones y solución de dudas.

8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez

Tabla 10.
Realización del servicio

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	72%	28%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	258	100	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.88	1.39	
Valor pregunta	4.27 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

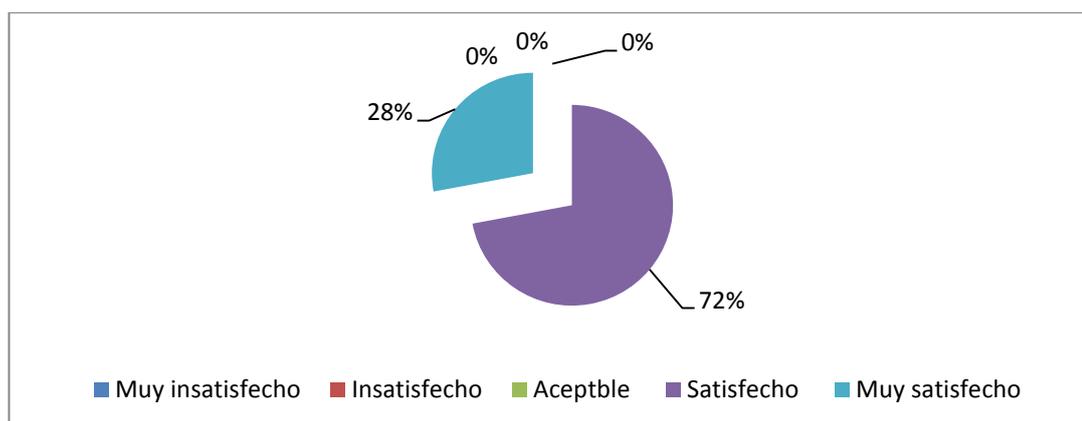


Gráfico 12.

Fuente: Tabla 10.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: En cuanto al nivel de satisfacción con respecto a los empleados si realiza bien el servicio la primera vez tenemos; el 72% está satisfecho y el 28% Muy satisfecho. Por lo que se puede decir que los clientes se encuentran satisfechos ya que los empleados se esmeran por brindar un buen servicio todo el tiempo.

9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.

Tabla 11.
Capacidad para responder sus preguntas

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	62%	38%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	221	137	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.47	1.91	
Valor pregunta	4.38 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

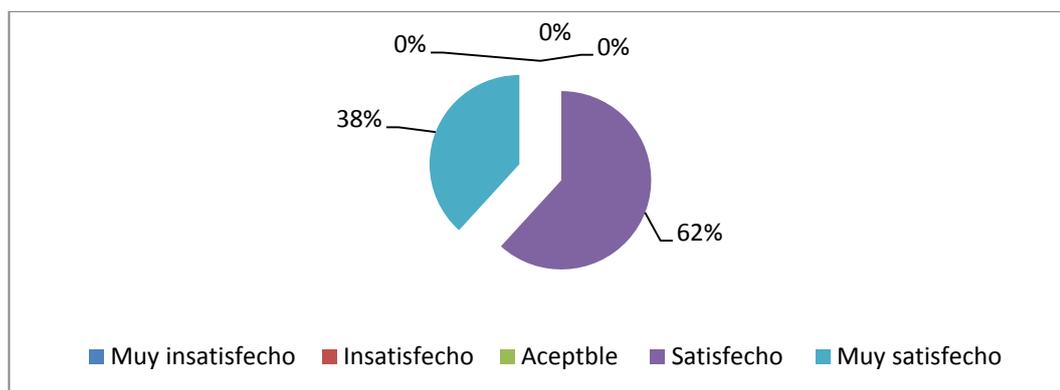


Gráfico 13.
Fuente: Tabla 11
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: a la pregunta los empleados están capacitados para responder a sus preguntas los resultados demuestran que el 62% está satisfecho, el 38% Muy satisfecho. Esto demuestra que los empleados tienen un conocimiento suficiente para responder sus dudas, demuestra que las personas que trabajan allí deben tener un amplio conocimiento del negocio y de la forma en que este se desarrolla.

10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio

Tabla 12.
Tiempo de espera

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	65%	35%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	233	125	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	2.60	1.74	
Valor pregunta	4.34 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

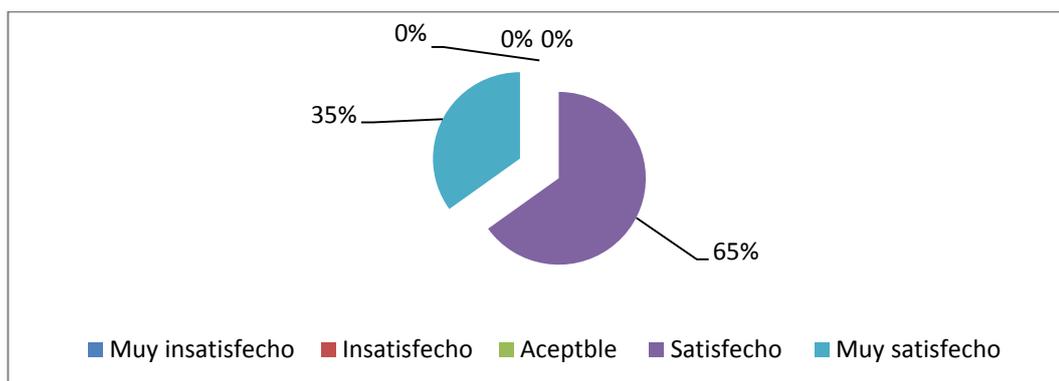


Gráfico 14.
Fuente: Tabla 12
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: En cuanto a este ítem se puede observar que el 65% está satisfecho y el 35% muy satisfecho. Se puede decir que los empleados son rápidos en el servicio por eso los clientes se encuentran satisfechos.

11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes.

**Tabla 13.
Capacidad de servicio**

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	4%	12%	78%	6%	100%
Nro. de respuestas	0	13	45	280	20	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0.07	0.37	3.12	0.28	
Valor pregunta	3.84 = (acceptable)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

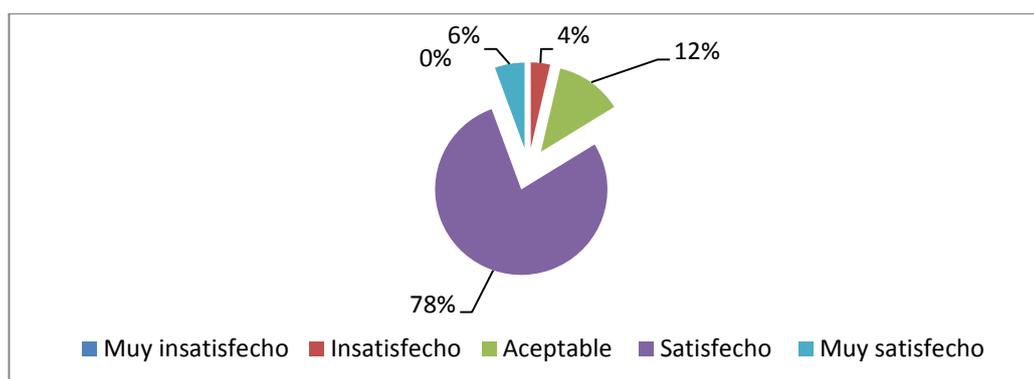


Gráfico 15.
Fuente: Tabla 13.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: con respecto a esta pregunta. Los resultados demuestran que el 78% está satisfecho, el 12% aceptable, el 6% muy satisfecho y el 4% está insatisfecho. La mayoría de los clientes se encuentran satisfechos pero existe un 4% que está insatisfecho por eso es importante fijarse en el desempeño de los empleados y sus actitudes, y optar por capacitarlos dado que estos factores influyen en la percepción del cliente sobre la imagen de la empresa.

12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.

Tabla 14.
Disponibilidad del empleado

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	3%	14%	61%	22%	100%
Nro. de respuestas	0	10	50	220	78	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0.05	0.41	2.45	1.08	
Valor pregunta	3.99 = (aceptable)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

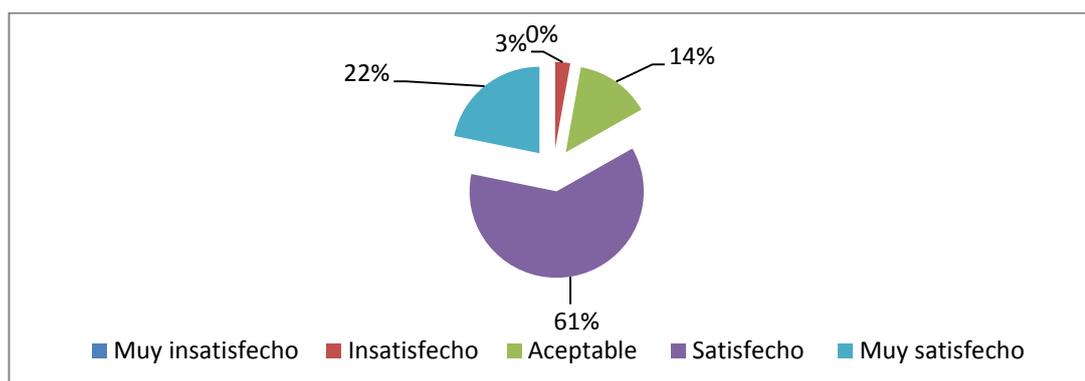


Gráfico 16.

Fuente: Tabla 14.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: en la gráfica sobre la disponibilidad del empleado se puede apreciar que el 61% está satisfecho, el 22% Muy satisfecho, el 14% aceptable y el 3% lo califica insatisfecho. Por lo que se puede decir que los empleados en parte están dispuestos a ayudar al cliente con lo que este necesite pero hay que fijarse en ese pequeño grupo insatisfecho y mejorar, ya que la cordialidad de los empleados es un factor determinante al momento de calificar el servicio.

13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió en un tiempo adecuado.

Tabla 15.
Tiempo para resolver dudas

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	2%	78%	20%	100%
Nro. de respuestas	0	0	9	278	71	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0.07	3.10	0.99	
Valor pregunta	4.16 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

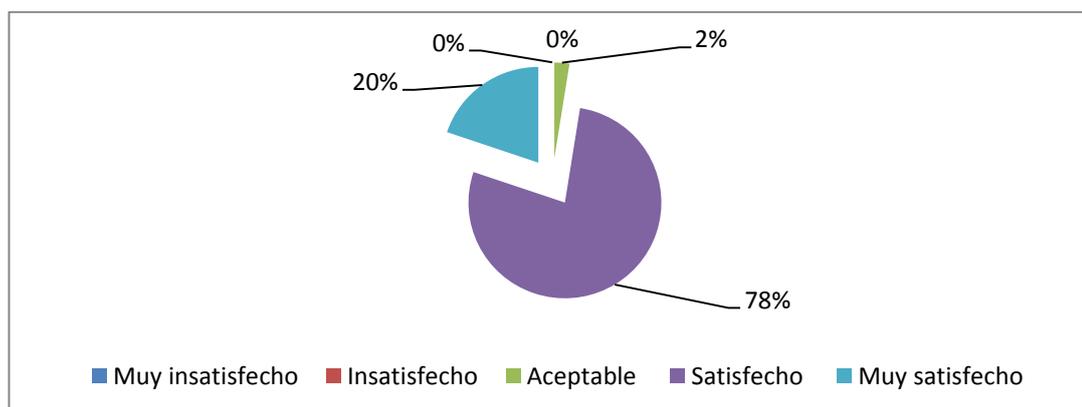


Gráfico 17.
Fuente: Tabla 15.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: En cuanto al nivel de satisfacción con respecto a la explicación básica y conocimiento del producto por parte del vendedor. Los resultados demuestran que el 78% está satisfecho, el 20% Muy satisfecho y un 2% aceptable. Por lo que se puede acotar que los empleados se esmeran por resolver las dudas de los clientes rápidamente.

14. El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes

Tabla 16.
Los empleados transmiten confianza y seguridad

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	92%	8%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	330	28	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	3.68	0.39	
Valor pregunta	4.07 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

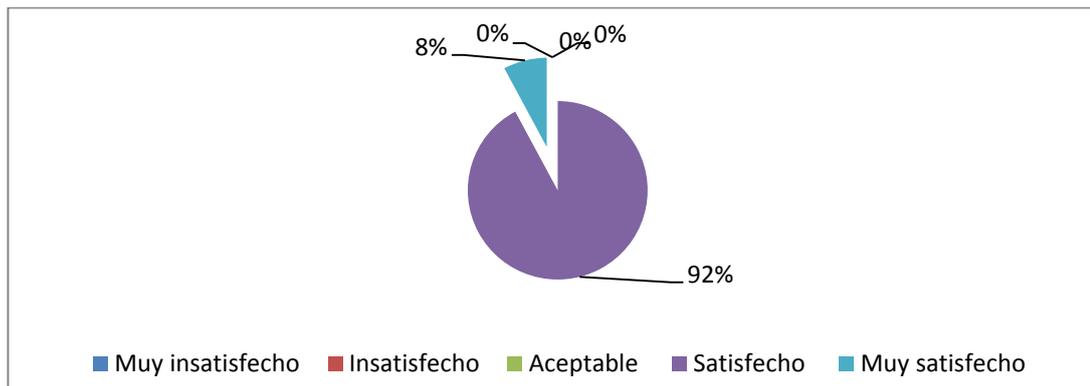


Gráfico 18.
Fuente: Tabla 16.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: La generación de confianza es un factor muy importante para los clientes y los empleados, ya que generar esta relación, hace que el cliente se sienta más cómodo, además de otorgar un valor agregado al servicio, como se puede ver en la gráfica el 92% de los encuestados está satisfecho y el 8% muy satisfecho, se puede decir que los empleados si generaron la confianza necesaria al cliente en el momento de ser atendidos

15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.

**Tabla 17.
Seguridad en sus compras**

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	84%	16%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	300	58	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	3.35	0.81	
Valor pregunta	4.16 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

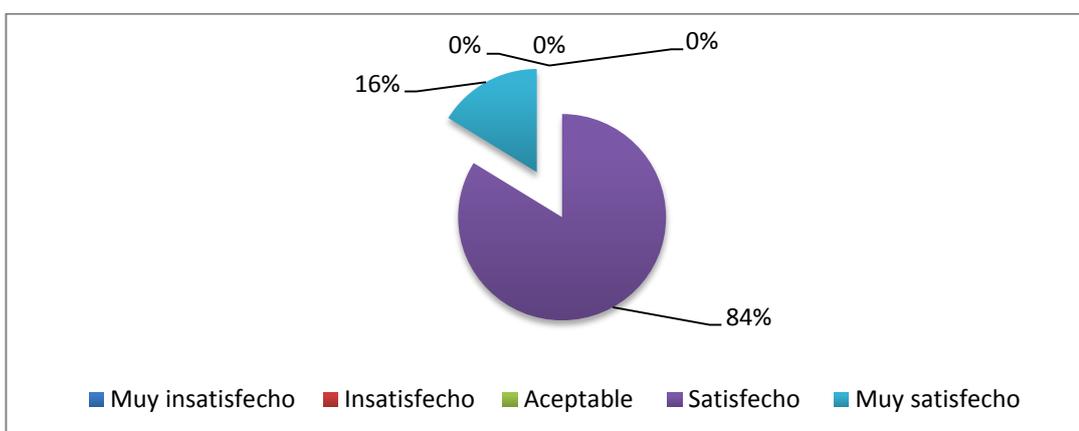


Gráfico 19.
Fuente: Tabla 17.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: En cuanto al nivel de satisfacción con respecto a la seguridad en sus compras. Los resultados demuestran que el 84% está satisfecho, el 16% Muy satisfecho. Por lo que se concluye que los clientes se encuentran satisfechos ya que la empresa da seguridad y garantía del servicio que ofrece.

16. Los empleados son siempre amables con sus clientes

Tabla 18.
Amabilidad de los empleados

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	1%	84%	15%	100%
Nro. de respuestas	0	0	5	300	53	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0.04	3.35	0.74	
Valor pregunta	4.13 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

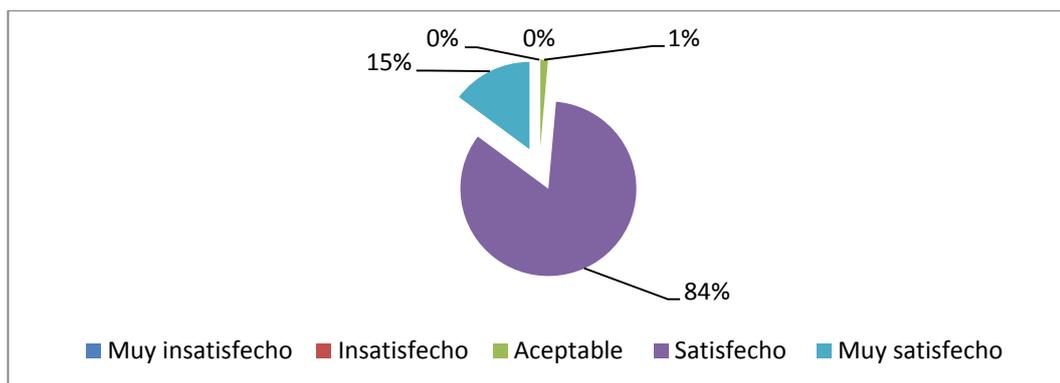


Gráfico 20.

Fuente: Tabla 18.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: Los resultados demuestran que el 84% está satisfecho, el 15% Muy satisfecho. La amabilidad con un cliente es la primera relación para ganarlo hacia la empresa o negocio. Un cliente satisfecho, bien atendido, con cortesía y trato amable, es la mejor manera de ganar muchos más, ya que serán la mejor referencia. Por lo que se manifiesta que los clientes se encuentran satisfechos ya que los empleados al momento de la atención siempre demuestran amabilidad con sus clientes.

17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.

**Tabla 19.
Capacidad de organización**

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	92%	8%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	330	28	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0.07	3.68	0.39	
Valor pregunta	4.07 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

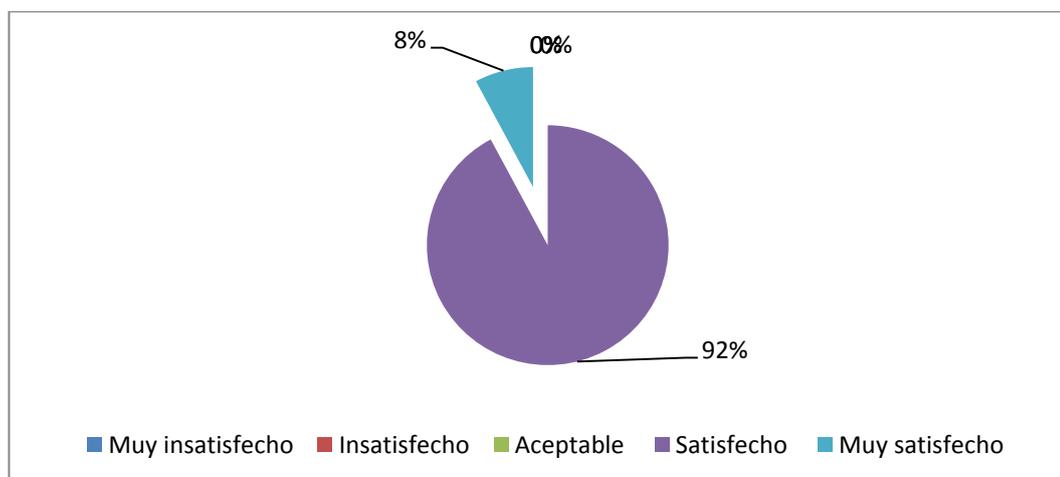


Gráfico 21.
Fuente: Tabla 19.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: los resultados demuestran que el 92% de los encuestados se encuentran satisfechos y el 8% muy satisfecho esto quiere decir que los empleados demuestran una excelente capacidad de organización del servicio y están dispuestos a actuar y cambiar en busca de ventajas competitivas.

18. Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.

Tabla 20.
Atención individualizada

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	88%	12%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	315	43	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	3.51	0.60	
Valor pregunta	4.11 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

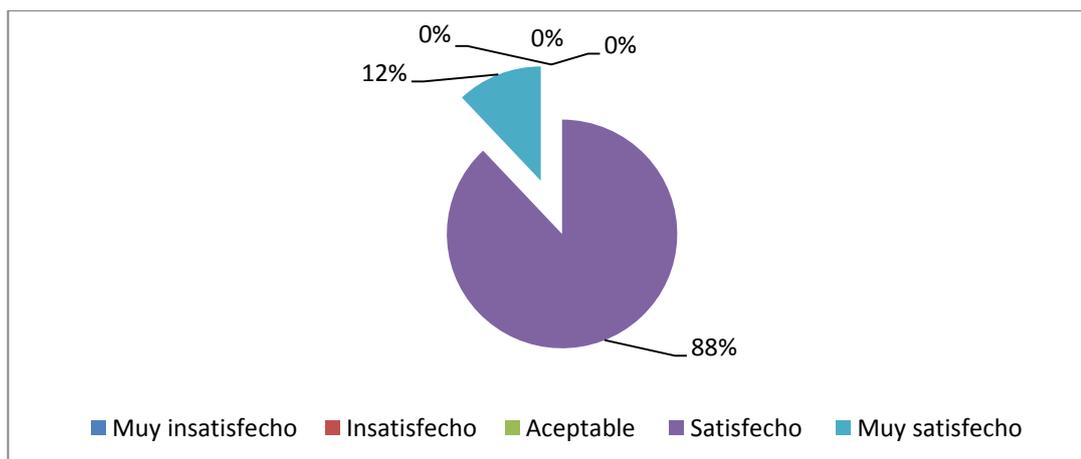


Gráfico 22.

Fuente: Tabla 20.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: El nivel de satisfacción del cliente con respecto a la atención individualizada que le brindan los empleados. Los resultados demuestran que el 88% expresa que se siente satisfecho y el 12% muy satisfecho. Esto quiere decir que los empleados se esmeran por atender de la mejor manera a sus clientes y que ellos se vayan satisfechos con el servicio.

19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes

Tabla 21.
Preocupación por los intereses de los clientes

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	96%	4%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	345	13	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	3.85	0.18	
Valor pregunta	4.03 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

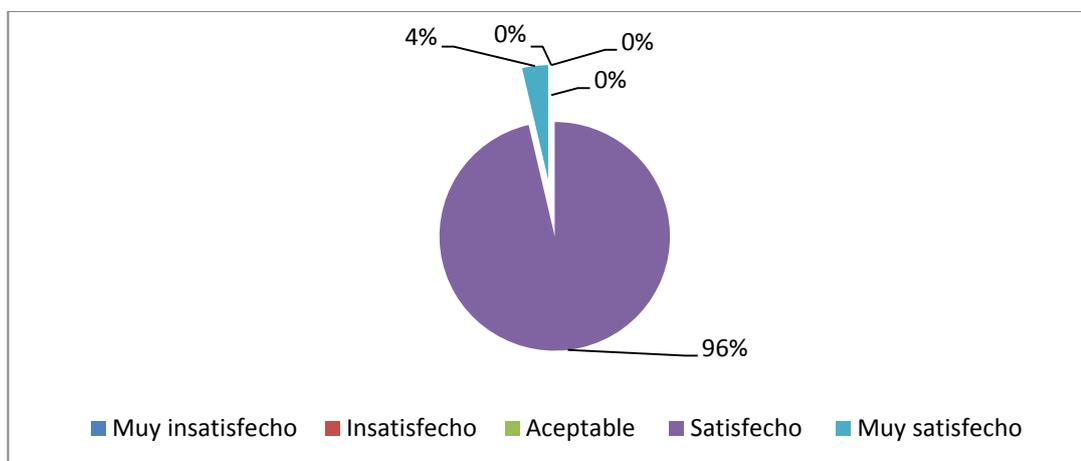


Gráfico 23.
Fuente: Tabla 21.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: de los clientes encuestados el 96% está satisfecho y el 4% muy satisfecho por lo que el empleado vela por los intereses de los clientes y por tal razón se encuentran satisfechos.

20. Los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.

Tabla 22.
Atención personalizada

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	77%	23%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	275	83	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	3.07	1.15	
Valor pregunta	4.22 = (satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos
Elaboración: Tania Valdivieso

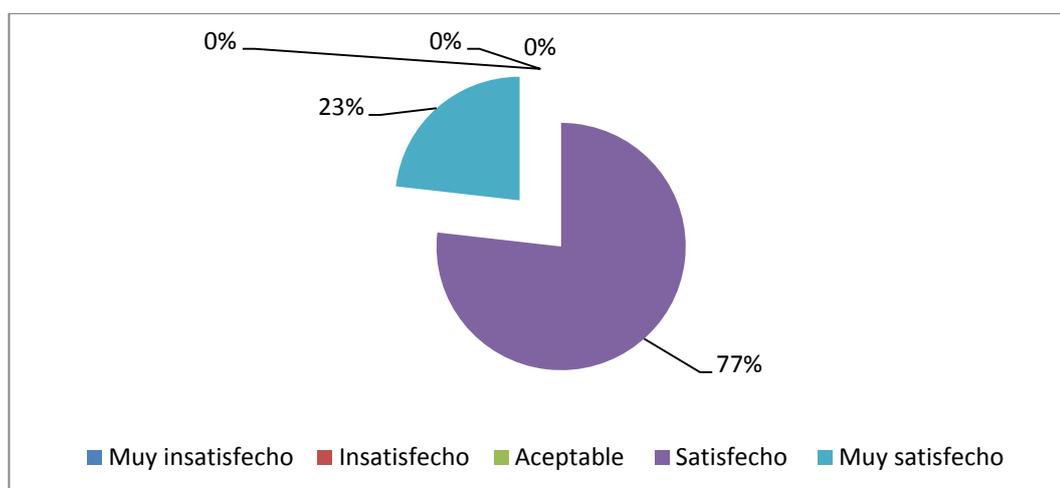


Gráfico 24.
Fuente: Tabla 22.
Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: los resultados del gráfico 24 demuestran que el 77% está satisfecho y el 23% muy satisfecho por lo que se puede decir que los empleados brindan atención personalizada a sus clientes y estos se encuentran satisfechos.

21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios

Tabla 23.
Horarios convenientes

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	0	358	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	0	5	
Valor pregunta	5 = 100% (Muy satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

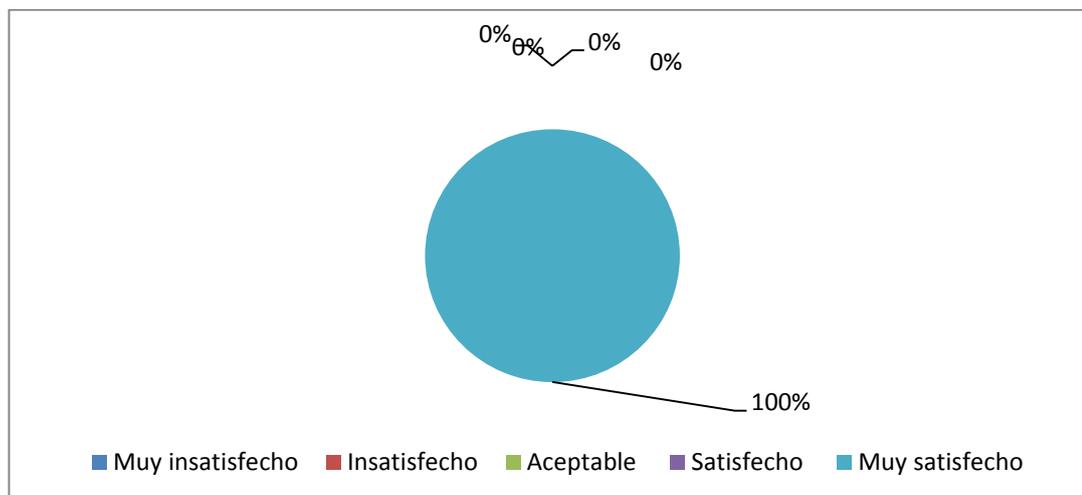


Gráfico 25.

Fuente: Tabla 23.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: los resultados demuestran que el 100% de los clientes encuestados están muy satisfechos con los horarios. Esto quiere decir que la empresa maneja horarios de atención convenientes para sus clientes.

22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente

Tabla 24.
Necesidades del cliente

Descripción	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho	total
Porcentaje	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Nro. de respuestas	0	0	0	0	358	358
Nivel de Likert	1	2	3	4	5	
Resultado conversión	0	0	0	0	5	
Valor pregunta	5 = 100% (Muy satisfecho)					

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

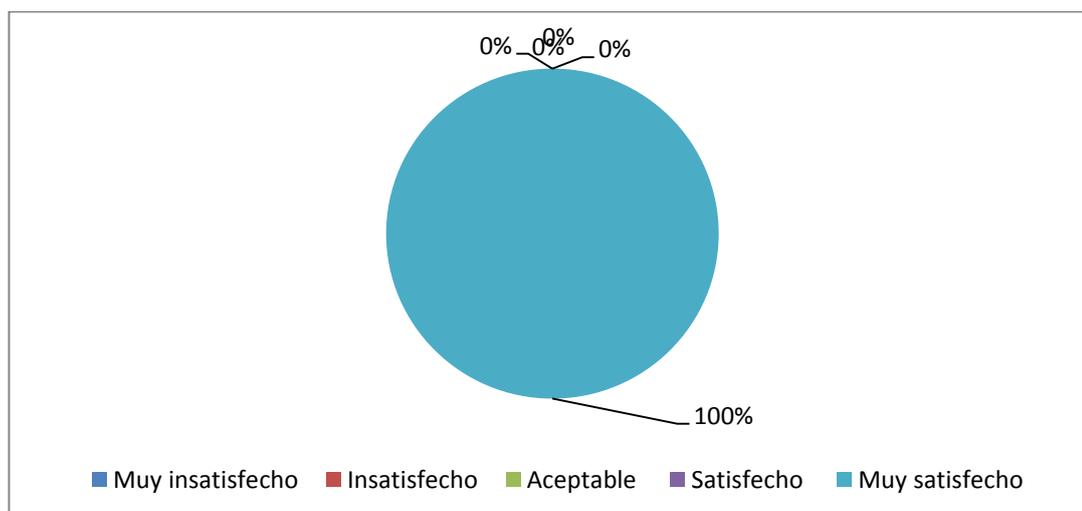


Gráfico 26.

Fuente: Tabla 24.

Elaboración: Tania Valdivieso

Interpretación: En relación con las necesidades específicas de cada cliente, los resultados demuestran que el 100% de los encuestados se encuentran muy satisfechos ya que los empleados saben siempre lo que necesita cada cliente.

Tabla 25
Resumen encuestas a los 358 clientes de la empresa Calzado Ortega

DIM.	ITEM	Nivel de Likert y equivalencias											Resultados de conversión					TOTAL	
		M. i		I.		A.		S.		M. S		TOTAL		M. i	I.	A.	S.		M. S
		1	2	3	4	5	F	%											
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%						
Elementos tangibles	1 La calidad y variedad de los productos que ofrece la empresa cubre sus necesidades.	0	0%	0	0%	0	0%	128	36%	230	64%	358	100%	0	0	0	1.43	3.21	4.64
	2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.	0	0%	0	0	258	72%	100	28%	0	0%	358	100%	0	0	2.16	1.11	0	3.27
	3. Los empleados tienen apariencia pulcra	0	0%	0	0%	0	0%	58	16%	300	84%	358	100%	0	0	0	0.64	4.19	4.38
	4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	358	100%	358	100%	0	0	0		5	5
PROMEDIO																		4.32	
Confiabilidad	5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	0	0%	0	0%	0	0%	198	55%	160	45%	358	100%	0	0	0	2.21	2.23	4.44
	6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	0	0%	0	0%	0	0%	228	64%	130	36%	358	100%	0	0	0	2.54	1.81	4.35
	7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.	0	0%	0	0%	0	0%	218	61%	140	39%	358	100%	0	0	0	2.43	1.95	4.38
	8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez	0	0%	0	0%	0	0	258	72%	100	28%	358	100%	0	0	0	2.88	1.39	4.27
	9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	0	0%	0	0%	0	0%	221	62%	137	38%	358	100%	0	0	0	2.47	1.91	4.38
PROMEDIO																		4.36	
Capacidad de	10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio	0	0%	0	0%	0	0%	233	65%	125	35%	358	100%	0	0	0	2.60	1.74	4.34
	11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes.	0	0%	13	4%	45	12%	280	78%	20	6%	358	100%		0.07	0.37	3.12	0.28	3.84
	12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	0	0%	10	3%	50	14%	220	61%	78	22%	358	100%	0	0.05	0.41	2.45	1.08	3.99
	13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió	0	0%	0	0%	9	2%	278	78%	71	20%	358	100%	0	0	0.07	3.10	0.99	4.16

	en un tiempo adecuado.																			
	PROMEDIO																			4.08
Seguridad	14. El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes	0	0%	0	0%	0	0%	330	92%	28	8%	358	100%	0	0	0	3.68	0.39	4.07	
	15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.	0	0%	0	0%	0	0%	300	84%	58	16%	358	100	0	0		3.35	0.81	4.16	
	16. Los empleados son siempre amables con sus clientes	0	0%	0	0%	5	1%	300	84%	53	15%	358	100%	0	0	0.04	3.35	0.74	4.13	
	17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.	0	0%	0	0%	0	0%	330	92%	28	8%	358	100%	0	0	0.07	3.68	0.39	4.07	
	PROMEDIO																			4.10
Empatía	18. Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.	0	0%	0	0%	0	0%	315	88%	43	12%	358	100%	0	0	0	3.51	0.60	4.11	
	19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	0	0%	0	0%	0	0%	345	96%	13	4%	358	100%	0	0	0	3.85	0.18	4.03	
	20. los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.	0	0%	0	0%	0	0%	275	77%	83	23%	358	100%	0	0	0	3.07	1.15	4.22	
	21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	358	100%	358	100%	0	0	0	0	5	5	
	22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	358	100%	358	100%	0	0	0	0	5	5	
	PROMEDIO																			4.47

Fuente: Encuesta a clientes externos

Elaboración: Tania Valdivieso

Análisis comparativo. Una vez realizada la narrativa de los resultados, a continuación se expone un análisis comparativo de los resultados, a fin de plantear los puntos susceptibles objeto de mejoramiento con respecto a la satisfacción del cliente.

En la siguiente tabla, se presentan los resultados más relevantes de la encuesta frente a los indicadores predeterminados como los niveles de satisfacción adecuados dentro de la empresa:

Tabla 26
Tabla general de satisfacción de los clientes de Calzado Ortega

DIM.	ITEM	PORCENTAJE	Calificación cuantitativa
Elementos tangibles	1. La calidad y variedad de los productos que ofrece la empresa cubre sus necesidades.	4.64	Satisfecho
	2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.	3.27	Aceptable
	3. Los empleados tienen apariencia pulcra	4.38	Satisfecho
	4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros.	5	Muy satisfecho
	PROMEDIO	4.32	
Confiabilidad:	5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	4.44	Satisfecho
	6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	4.35	Satisfecho
	7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.	4.38	Satisfecho
	8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez	4.27	Satisfecho
	9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.	4.38	Satisfecho
	PROMEDIO	4.36	
Capacidad de respuesta	10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio	4.34	Satisfecho
	11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes.	3.84	Aceptable
	12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.	3.99	Aceptable
	13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió en un tiempo adecuado.	4.16	Satisfecho
	PROMEDIO	4.08	
Seguridad	14. El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes	4.07	Satisfecho
	15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.	4.16	Satisfecho
	16. Los empleados son siempre amables con sus clientes	4.13	Satisfecho
	17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.	4.07	Satisfecho
	PROMEDIO	4.10	
Empatía	18. Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.	4.11	Satisfecho
	19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes	4.03	Satisfecho
	20. los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.	4.22	Satisfecho
	21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	5	Muy satisfecho
	22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente	5	Muy satisfecho
	PROMEDIO	4.47	
	PROMEDIO GENERAL	4.26	Satisfecho

Fuente: Encuesta a clientes externos

Interpretación: Analizando los datos presentados en la tabla número 26 se observa que de acuerdo a los ítems realizados a los clientes de la empresa “Calzado Ortega” tenemos:

La dimensión elementos tangibles tiene un promedio del 4.32 siendo los más puntuados los ítem, 1. La calidad y variedad de los productos que ofrece la empresa cubre sus necesidades obtuvo el 4.64; 3. Los empleados tienen apariencia pulcra obtuvo el 4.38 ubicándolos en un rango satisfecho; 4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros el 5 ubicándose de esta manera en un rango muy satisfecho; el ítem 2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas obtuvo la calificación más baja siendo esta el 3.27 ubicándola en un rango aceptable; Por lo que se debe adecuar de mejor manera las instalaciones en distribuir, organizar y remodelar la tienda para mejorar la imagen de la empresa.

La dimensión confiabilidad: posee un promedio del 4.36; el ítem 5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba el 4.44; el ítem 6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple 4.35; el ítem 7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo 4.38; el ítem 8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez 4.27 y el ítem 9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas obtuvo el 4.38 ubicándolos en un rango satisfecho por lo que

se puede decir que la empresa se ha esmerado por brindar un buen servicio.

La dimensión capacidad de respuesta muestra un promedio del 4.08 distribuidos así; el ítem 10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio tiene el 4.34, 13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió en un tiempo adecuado 4.16 ubicándolos en un rango de satisfecho, 11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes tiene el 3.84, 12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes obtuvo el 3.99 ubicándose en un rango aceptable por lo que la empresa debería realizar un programa de capacitación que tiene como finalidad llenar de conocimientos relacionados a atención al cliente, relaciones humanas, con el fin de mejorar la calidad de servicio que brinda la empresa Comercial Calzado Ortega.

La dimensión seguridad tiene un promedio de 4.10 calificando cada ítem de la siguiente manera 14. El comportamiento de los empleados les transmite confianza y seguridad a sus clientes 4.07, 15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa 4.16, 16. Los empleados son siempre amables con sus clientes 4.13, 17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio. 4.07 teniendo un rango de satisfacción satisfecho; sin embargo para que la empresa mejore se debe realizar el programa de capacitación y un plan

de motivación a sus empleados ya que este puede influir directamente en la efectividad al momento de realizar las funciones encomendadas.

La dimensión empatía demuestra un promedio de 4.47 siendo esta la más puntuada de todas las dimensiones por lo que la empresa cumple con las expectativas del cliente por lo que ellos se satisfiechos.

g. DISCUSIÓN

La competitividad empresarial exige siempre estar a la expectativa de todos los factores que incidan sobre la obtención de las mejores oportunidades o ventajas que garanticen la permanencia de las empresas en el mercado, uno de estos importantes factores es la satisfacción que el cliente percibe sobre el servicio prestado de la empresa, ya que son ellos precisamente quienes garantizan que una empresa se mantenga en el tiempo, razones trascendentales para implementar métodos que permitan llevar un registro periódico de que tan complacidos están los clientes respecto del producto o servicio recibido, para en base a estos datos trabajar en incrementar, mejorar o rechazar procesos que no aportan con dicho objetivo.

En este punto se toma en consideración como línea base el objetivo general que es: Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017, el mismo que se cumplió con la ayuda de las encuestas aplicadas.

La elaboración de la presente tesis denominada: **“Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017”**, plantea los siguientes objetivos:

Realizar el diagnóstico situacional de la empresa “Calzado Ortega”, donde se identificaron el número de clientes, además de ideas que permitieron definir las 5 dimensiones de evaluación de la satisfacción del cliente y posteriormente la elaboración de las preguntas relativas a las dimensiones.

El segundo objetivo se dirigió a determinar el modelo de medición de satisfacción del cliente. El modelo que se empleó para medir la satisfacción del cliente fue el modelo Servqual de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) que consta de 5 dimensiones y 22 ítems.

El tercer objetivo fue diseñar la matriz con las dimensiones y preguntas de evaluación. Se adaptado al cuestionario SERVQUAL (cuestionario de percepción) tomando como base la descripción de los servicios que brinda la empresa para la selección de cada pregunta y de esta manera obtener el cuestionario adecuado.

El cuarto objetivo consistió en definir la escala y los rangos para interpretar la satisfacción del cliente: la escala que se aplicó fue la escala de Likert en los cuestionarios aplicados; la escala consta de 5 puntos, siendo el número 1 (Muy insatisfecho) y el número 5 (Muy satisfecho) utilizada en la herramienta SERVQUAL la cual está diseñada para permitir al cliente variar la respuesta de cada pregunta que describe el servicio.

El quinto objetivo consistió en tabular, ponderar e interpretar gráficamente los resultados de la evaluación de los clientes. El cumplimiento de este

objetivo abarcó más del cincuenta por ciento del trabajo. Se procedió a realizar una interpretación de cada factor, resaltando las fortalezas y debilidades encontradas.

El sexto objetivo es analizar los resultados de la aplicación del instrumento y emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas objeto de mejoramiento. Una vez obtenido los datos de la encuesta, tabulados, ponderados e interpretados gráficamente, se evidencio que los factores objeto de mejora de la empresa “Calzado Ortega”, fueron los siguientes:

El ítem 2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas obtuvo la calificación más baja siendo esta el 3.27 ubicándola en un rango aceptable; el ítem 11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes tiene el 3.84 y el ítem 12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes obtuvo el 3.99 ubicándose en una descripción cualitativa aceptable, para mejorar estos ítem se presenta la siguiente propuesta de programa de mejoramiento continuo.

Propuesta del Programa de Mejoramiento Continúo

Introducción

En base al diagnóstico realizado de la empresa Calzado Ortega, a continuación se presenta una propuesta partiendo de las observaciones previas. El objetivo está enfocado a mejorar los aspectos negativos y afianzar los aspectos positivos de la empresa para así lograr clientes más satisfechos y también lograr ser más competitivos en el mercado. Este programa se clasifica según el orden que se describen a continuación:

- ❖ Distribuir, organizar y remodelar el 100% del área física del departamento de ventas de la empresa Calzado Ortega.

- ❖ Capacitar el personal de la empresa en lo concerniente al servicio de atención al cliente

- ❖ Realizar un plan de motivaciones para el personal de la empresa Calzado Ortega

El esquema propuesto de la propuesta, se realiza bajo el siguiente mecanismo:

- ❖ Nombre del programa
- ❖ Problema identificado a atacar
- ❖ Meta

- ❖ Estrategia
- ❖ Política
- ❖ Actividad
- ❖ Resultados esperados
- ❖ tiempo
- ❖ Responsable

La estructura está encaminada a presentar un esquema de fácil lectura e interpretación, y que facilite su implementación por parte de la empresa, para la creación de valor superior por el cliente, por medio de un proceso de mejora continua.

Estrategia Nro. 1

Distribuir, organizar y remodelar el 100% del área física del departamento de ventas de la empresa Calzado Ortega.

Para realizar la distribución, organización y remodelación eficaz, de los espacios físicos existentes, es necesario que la empresa Calzado Ortega contrate los servicios de asesoría técnica externa.

Esto permitiría que tanto quienes permanecen en las instalaciones de Calzado Ortega como los clientes visitantes, se sientan un ambiente acogedor, logrando así un prestigio y reconocimiento de la imagen corporativa de la empresa.

Problema:

Las instalaciones físicas de la empresa Calzado Ortega no son visualmente atractivas.

Meta:

Para el año 2018 la empresa Calzado Ortega tenga una mejor distribución, organización y remodelación del área de ventas en el cual el personal pueda ejercer sus actividades y funciones de una manera óptima y lograr reconocimiento de la imagen corporativa.

Estrategias: Remodelar el área de ventas, con la ayuda de asesoría técnica externa.

Políticas: Utilizar con eficiencia el espacio físico existente en la empresa y de esta manera mejorar la imagen corporativa de la misma.

Actividad: Realizar la contratación de los profesionales para realizar el trabajo.

Tiempo: Se lo realizara en los meses de junio y julio del 2018.

Responsable: Gerente de Calzado Ortega

Tabla 27.
Recursos para remodelación de la empresa

Recursos	Detalle	N. recurso	Valor total
humanos	Diseñador y decorador	1	\$1.500,00
Muebles y materiales	Exhibidores	4	\$2.500,00
Total			\$4.000,00

Elaboración: Tania Valdivieso

Financiamiento: La presente propuesta será financiada en su totalidad con recursos propios de la empresa Calzado Ortega.

Tabla 28.
Matriz de la estrategia 1

Distribuir, organizar y remodelar el área física del área de ventas de la empresa calzado Ortega.			
META	ESTRATEGIA	POLÍTICAS	ACTIVIDAD
Para el año 2018 la empresa Calzado Ortega tenga una mejor distribución, organización y remodelación del área de ventas en el cual el personal pueda ejercer sus actividades y funciones de una manera óptima y lograr reconocimiento de la imagen corporativa.	Remodelar el área de ventas, con la ayuda de asesoría técnica externa.	Utilizar con eficiencia el espacio físico existente en la empresa y de esta manera mejorar la imagen corporativa de la misma.	Realizar la contratación de los profesionales para realizar el trabajo.
TIEMPO 2 meses (junio y julio)		RESPONSABLE Gerente Propietario	
PRESUPUESTO \$4.000,00		INDICADOR Infraestructura remodelada/ infraestructura anterior	

Elaboración: Tania Valdivieso

Estrategia Nro. 2

Efectuar un plan de capacitación para el personal de la empresa en lo concerniente al servicio de atención al cliente

El presente programa de capacitación tiene como finalidad llenar de conocimientos relacionados a atención al cliente, relaciones humanas, con el fin de mejorar la calidad de servicio que brinda la empresa Comercial Calzado Ortega.

Problema

De los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los clientes de la empresa se identifica que hay necesidades de mejoramiento en los aspectos que involucran contacto personal con el cliente esto se debe a que la empresa no realiza ningún tipo de capacitación al personal de ventas.

Meta

Del 4 de junio hasta el 22 de junio del 2018 el 100% del personal que labora en la empresa Calzado Ortega estará plenamente capacitado y motivado para realizar sus respectivas actividades.

Estrategias

Implementar un plan anual de capacitación que permita contar con personal competente que pueda adaptarse y hacer frente a las crecientes necesidades y avances de la tecnología.

Política

- ❖ Realizar un cronograma de capacitaciones anuales donde participen activamente los empleados en temas de atención a los clientes.

Actividades

- ❖ Elaborar el plan de capacitación para todo el personal.
- ❖ La capacitación deberá ser programada de manera que no interfiera con los horarios de atención al cliente.

Resultados esperados

- Personal más comprometido con la organización.
- Personal con conocimiento en el manejo de todos los productos que comercializa la empresa.
- Clientes satisfechos con la atención recibida.

Tiempo

La capacitación siempre debe ser continua, por tal razón es conveniente que se realice una vez al año, se capacitara un empleado por semana. Del 4 de junio hasta el 22 de junio 2018.

Responsable

La Gerente-propietaria de empresa Calzado Ortega será el responsable de cumplir el objetivo propuesto.

Temas a tratarse

- ❖ El cliente
- ❖ Conocer al cliente
- ❖ Porque se pierden los clientes
- ❖ El servicio
- ❖ Atención al público
- ❖ Uso del teléfono
- ❖ Trato con el cliente
- ❖ La excelencia

Tabla 29
Presupuesto para la capacitación de los empleados

Tema	Atención al cliente
Dirigido	Personal de Calzado ortega
Tiempo	24 horas
Lugar	Instituto la Castellana
Horario	Lunes, miércoles y viernes de 08h00 hasta 12h00 y 14h30 hasta 18h30 el curso araran un empleado por semana.(3 semanas)
N. de participantes	3
Costo del curso	500,00

Fuente: anexo 8

Elaboración: Tania Valdivieso

Financiamiento

La presente propuesta será financiada en su totalidad con recursos propios de la empresa Calzado Ortega de la ciudad de Catamayo.

**Tabla 30:
Matriz de estrategia Nro. 2**

Efectuar un plan de capacitación para el personal de la empresa en lo concerniente al servicio de atención al cliente				
META	ESTRATEGIA	POLÍTICAS	ACTIVIDAD	RESULTADOS ESPERADOS
Hasta el segundo trimestre del año 2018 el 100% del personal que labora en la empresa Calzado Ortega estará plenamente capacitado para realizar sus respectivas actividades.	Implementar un plan anual de capacitación que permita contar con personal competente que pueda adaptarse y hacer frente a las crecientes necesidades y avances de la tecnología.	Realizar un cronograma de capacitaciones anuales donde participen activamente los empleados en temas de atención a los clientes.	Elaborar el plan de capacitación para todo el personal. La capacitación deberá ser programada de manera que no interfiera con los horarios de atención al cliente.	Personal más comprometido con la organización. Personal con conocimiento en el manejo de todos los productos que comercializa la empresa. Clientes satisfechos con la atención recibida.
TIEMPO Del 4 de junio hasta el 22 de junio		RESPONSABLE Gerente Propietaria		
PRESUPUESTO \$ 500,00		INDICADOR Personal capacitado/Personal motivado		

Elaboración: Tania Valdivieso

Estrategia Nro. 3

Realizar un plan de motivaciones para el personal de la empresa

Calzado Ortega

La motivación constante que puede recibir un empleado puede influir directamente en la efectividad al momento de realizar las funciones encomendadas, razón por la cual brindar incentivos tanto económicos como bonos, permitiría que los empleados de la empresa Calzado Ortega se sientan más comprometidos con sus actividades diarias y a su vez se lograría cumplir con los objetivos preestablecidos dentro de la organización.

Problema

Luego de haber realizado el respectivo diagnóstico interno en la empresa Calzado Ortega, se evidencia que no existen incentivos hacia el personal, lo cual genera que los empleados no se encuentren motivados y comprometidos en su máximo esfuerzo a realizar las funciones que les pertenecen.

Meta:

Motivar al 100% del personal de la Empresa Calzado Ortega para mejorar el desempeño, los lazos de comunicación y rendimiento del personal, para

así obtener un eficiente desempeño laboral y de esta forma emitir una buena imagen corporativa.

Estrategias:

Compensar al personal por el desempeño de las funciones y actividades encomendadas, mediante incentivos económicos y bonos.

- ❖ Reconocimiento con una bonificación de \$ 200.00 por desempeño laboral.
- ❖ En temporada de navidad entregar una canasta navideña \$ 30

Políticas

Realizar evaluación de desempeño a través del Gerente Administrador de Calzado Ortega, con la finalidad de medir el rendimiento laboral de cada empleado.

Actividad

Asignar el financiamiento para el cumplimiento del objetivo con presupuesto a proyección de un año.

Resultados esperados

- ❖ Personal más comprometido con la organización.

- ❖ Mejorar el desempeño, los lazos de comunicación y rendimiento del personal, para así obtener un eficiente desempeño laboral y de esta forma emitir una buena imagen corporativa.

Responsable

La Gerente-propietaria de Calzado Ortega será el responsable de cumplir el objetivo propuesto.

Tabla 31
Presupuesto de motivación e incentivos

Detalle	Valor	Total
Reconocimiento por desempeño laboral.	200 bonificación	200,00
En temporada de navidad entregar una canasta navideña	30 canasta navideña	30,00
Total		230,00

Elaboración: Tania Valdivieso

Tabla 32
Matriz de la estrategia Nro. 3

Realizar un plan de motivaciones para el personal de la empresa Calzado Ortega				
META	ESTRATEGIA	POLÍTICAS	ACTIVIDAD	RESULTADOS ESPERADOS
Motivar al 100% del personal de la Empresa Calzado Ortega para mejorar el desempeño, los lazos de comunicación y rendimiento del personal, para así obtener un eficiente desempeño laboral y de esta forma emitir una buena imagen corporativa.	Reconocimiento con una bonificación de \$ 200.00 por desempeño laboral. En temporada de navidad entregar una canasta navideña \$ 30,00	Realizar evaluación de desempeño a través del Gerente Administrador de Calzado Ortega, con la finalidad de medir el rendimiento laboral de cada empleado.	Asignar el financiamiento para el cumplimiento del objetivo con presupuesto a proyección de un año.	Personal más comprometido con la organización. Mejorar el desempeño, los lazos de comunicación y rendimiento del personal, para así obtener un eficiente desempeño laboral y de esta forma emitir una buena imagen corporativa.
TIEMPO Del 15 al 30 de Diciembre		RESPONSABLE Gerente Propietario		
PRESUPUESTO \$ 230,00		INDICADOR Personal que participa del programa/ personal motivado		

Elaboración: Tania Valdivieso

Tabla 28
Resumen costos de objetivos

Estrategia	Detalle	Costo
1	Distribuir, organizar y remodelar el 100% del área física del departamento de ventas de la empresa Calzado Ortega.	\$4.000,00
2	Efectuar un plan de capacitación para el personal de la empresa en lo concerniente al servicio de atención al cliente	\$ 500,00
3	Realizar un plan de motivaciones para el personal de la empresa Calzado Ortega	\$ 230,00
TOTAL		\$ 4.730

Elaboración: Tania Valdivieso

h. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- ❖ El objetivo general y los objetivos específicos, planteados en el presente trabajo de investigación, se cumplieron en su totalidad; es decir se logró determinar en primer lugar el diagnóstico situacional, la percepción que tienen los clientes sobre el servicio recibido; así como también la identificación de las variables que se deben mejorar.
- ❖ Las encuestas indican que los clientes se encuentran satisfechos en un 4.32 con los elementos tangibles que tiene que ver con los equipos de apariencia moderna, los empleados tienen apariencia pulcra, los elementos materiales (facturas) son visualmente claros y sobre las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas obtuvo la calificación más baja mostrando insatisfacción algunos clientes; Por lo que se debe adecuar de mejor manera las instalaciones en distribuir, organizar y remodelar la tienda para mejorar la imagen de la empresa.
- ❖ En cuanto a la fiabilidad, cual es la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa y fiable genera un promedio de 4.36 de satisfacción entre los clientes encuestados, con la habilidad para prestar el servicio prometido de forma precisa, por lo que se

puede decir que la empresa se ha esmerado por brindar un buen servicio.

- ❖ La dimensión capacidad de respuesta que engloba la disposición y voluntad de los empleados de la empresa para ayudar al cliente; muestra un promedio del 4.08 de satisfacción; Existen insatisfacciones en lo que es rapidez con el servicio y a la disponibilidad del empleado para ayudar a sus clientes por lo que la empresa debería poner en marcha la propuesta del programa de capacitación que tiene como finalidad llenar de conocimientos relacionados a atención al cliente, relaciones humanas, con el fin de mejorar la calidad de servicio que brinda la empresa Comercial Calzado Ortega.

- ❖ La dimensión seguridad que es la garantía en la prestación del servicio por parte de los empleados se tiene un promedio de 4.10 de satisfacción teniendo a su clientes satisfechos sin embargo para que la empresa llegue a la satisfacción total del cliente se debe realizar el programa de capacitación y un plan de motivación a sus empleados ya que este puede influir directamente en la efectividad al momento de realizar las funciones encomendadas.

- ❖ La dimensión empatía que es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes; demuestra un promedio de 4.47 siendo esta la más puntuada de todas las dimensiones por lo

que la empresa cumple con las expectativas del cliente por lo que ellos están satisfechos.

- ❖ El promedio general de la satisfacción de los clientes es de 4.26 ubicándose en un rango de satisfecho aunque 4.26 es óptimo para la empresa, el ideal es llegar a un nivel excelente para garantizar la permanente calidad en el servicio y lograr los objetivos de fidelización.

i. RECOMENDACIONES

- ❖ La Gerente de Calzado Ortega debe procurar mejorar en los elementos tangibles que hacen parte del servicio por lo que se debe adecuar de mejor manera las instalaciones en distribuir, organizar y remodelar para mejorar la imagen de la empresa. Tabla 28.

- ❖ Se recomienda la aplicación del programa de capacitaciones para los empleados de acuerdo a lo expuesto en la tabla 30, ya que tiene como finalidad llenar de conocimientos relacionados a atención al cliente, relaciones humanas, y así poder brindar un servicio más eficiente y de calidad y llegar a la satisfacción total del cliente y por ende lograr la fidelidad de los mismos ya que ellos son la vitalidad y desarrollo de cada empresa y así lograr ganar-ganar.

- ❖ La Gerencia debe procurar que su personal este siempre satisfecho y motivado para que pueda así satisfacer al cliente externo, para esto se recomienda poner en marcha el plan de motivaciones que se propone en la Tabla 32. Esto permitirá tener un personal más comprometido con la organización, mejorar el desempeño, los lazos de comunicación y rendimiento del personal, para así obtener un eficiente desempeño laboral y de esta forma emitir una buena imagen corporativa.

j. BIBLIOGRAFÍA

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mc Graw Hill.

Amat Amer, J. M. (1988). *Tecnología del calzado*. Amat José María.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2006). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pearson Educación.

Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad*. España: Pearson Educación S.A.

Cronin, J., & Taylor. (1994). *SERVPEF vs. SERVQUAL*. Mexico: Journal of Marketing.

Crosby, P. (1988). *Quality Control*. Estados Unidos: McGrawHill.

Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. Díaz de Santos.

Grande, I. (2000). *Marketing de los Servicios. Tercera Edición*. España: ESIC Editorial.

Hill, N., & Jim, A. (2001). *Manual de satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad*. España: Asociación Española de Normalización y Certificación.

Juran, J. (1995). *Análisis y planeación de la calidad*. Mc Graw Hill.

Keller, K., & Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación, S.A.

Kotler, P. (2005). *Dirección de Marketing*. México DF: Pearson Educación.

Lehman, D., & Winer, R. (2007). *Administración del Producto*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

- Lorino, P. (1993). El control de gestion estrategico. S.A. Marcombo.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. (1988). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Paredes , A. (2009). *Certificación Internacional de Especialistas en Gestión por Procesos*. Quito.
- Pérez , V. C. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente*. S.L.
- Rincon, R. (2013). los indicadores de Organizacional. *Una Guía para su definición*.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2006). *Comportamiento del Consumidor. Séptima Edición*. Mexico: Pearson Educación, S.A.
- Serna, G. H. (2006). *Servicio al Cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Shewhart , W. (1939).
- Staton, W., & Etzel, M. (2004). Fundamentos de Marketing. En *Fundamentos de Marketing* (pág. 333 y 334). Mexico: Mc Graw-Hill.
- Thompson, I. (Julio de 2006). *PromonegocioS.net*. Obtenido de La Satisfacción del Cliente: <http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Zeithaml, V., & Berry , L. (1992). *Calidad Total en la gestion de servicios*. Mexico: Ediciones Díaz de Santos.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mc Graw Hill.

k. ANEXOS

TEMA.

“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN LA EMPRESA CALZADO ORTEGA DEL CANTÓN CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA, PARA EL AÑO 2017”

PROBLEMÁTICA.

La empresa Comercial “Calzado Ortega” nació hace 20 años, la cual fue fundada por la señora Anita Cecilia Torres Ruiz siendo una mujer emprendedora que inicio a muy temprana edad a incursionar en el mundo de las ventas, su actividad principal es la venta de calzado ya sea está al por mayor o menor; su local está ubicado en el Cantón Catamayo calles Isidro Ayora y avenida Catamayo.

“Calzado Ortega” viene creciendo y ha adquirido un importante posicionamiento en el mercado por la calidad y variedad del producto tanto en sus modelos, estilos y marcas que esta ofrece.

Es necesario anotar que antes la oferta era un poco limitada por lo que no había mucha competencia, en la actualidad con el desarrollo de los mercados, productos y progresos técnicos, existe una inmensa gama de productos y marcas equivalentes, con una saturación de elementos de diferenciación para los clientes. A finales del siglo pasado, la calidad en el

servicio empezó a tomar fuerza y hacer considerada un elemento básico para destacar y darle el valor agregado a las empresas, ya que antes, podían existir negocios que llevaban algún tiempo operando pero como todo marchaba bien no era tan importante la formalización de atención al cliente. No se tenía totalmente considerada la calidad del servicio es decir, la satisfacción total del cliente.

“Calzado Ortega” en la actualidad ha percibido una disminución en sus ventas así como también ausentismo de clientes: por tal razón se considera importante conocer la percepción actual de los clientes con el fin de proponer estrategias que permitan consolidar la imagen de la empresa en el mercado, retener a los clientes actuales y atraer nuevos, es por ello que se realiza este trabajo investigativo que se denomina **“Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017”**.

Por lo anotado cabe plantearse las siguientes preguntas:

- ❖ ¿Cuál es el grado de satisfacción general de los clientes con respecto a la atención prestada?
- ❖ ¿Cuáles son los factores críticos que impiden una total satisfacción del cliente?

OBJETIVOS.

Objetivo General

Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017.

Objetivos Específicos

- ❖ Realizar el diagnóstico situacional de la empresa para proporcionar los conocimientos generales sobre la percepción del servicio al cliente con el fin de conocer el funcionamiento interno de la empresa.
- ❖ Determinar el modelo de medición de satisfacción del cliente.
- ❖ Diseñar la matriz con las dimensiones y preguntas de evaluación.
- ❖ Definir la escala y los rangos para interpretar la satisfacción del cliente
- ❖ Tabular, ponderar e interpretar gráficamente los resultados de la evaluación de los clientes.
- ❖ Analizar los resultados de la aplicación del instrumento y emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas objeto de mejoramiento.
- ❖ Redactar el programa de mejoramiento continuo para la empresa Comercial Calzado Ortega en base al diagnóstico realizado.

METODOLOGÍA.

Durante el proceso de elaboración del proyecto, tendrá un estricto curso de cada uno de los materiales, métodos y técnicas para asociarse en una metodología idónea y capaz de responder sistemáticamente a las distintas interrogantes que se empleara en este proyecto investigativo.

Métodos

Inductivo.- Este método le proveerá al proponente la información muy particular a lo general.

Deductivo.- Este método será de base elemental, con apoyo de información de (internet, libros, revistas, módulos) para conocer de forma general todo lo concerniente a la satisfacción de los clientes. Que sin duda alguna es de gran ayuda para proceder con este proyecto.

Bibliográfico.- Es un método de trascendental importancia ya que mediante la investigación, el análisis y la síntesis que realizara en libros, revistas, documentos existentes en bibliotecas y en la web, me permitirá extraer conceptos que refuerzan y sostienen la temática referida en este perfil de proyecto.

Analítico.- Se aplicara este método para tabular e interpretar los resultados.

Técnicas

Entrevista.- Esta entrevista tiene como principal ventaja proporcionar información directa y confiable, ya que esta entrevista se la realizara al gerente propietario del local comercial Calzado Ortega para conocer datos de primera mano.

Encuesta.- Sin duda la técnica de la encuesta jugara un papel indispensable, en el transcurso del proceso de investigación, ya que aportara datos fundamentales obtenidos de los clientes- empresa con rapidez y eficacia; se encuestará a 358 clientes de la empresa.

Anexo N° 02

Certificación de no existir el tema propuesto

Catamayo 7 de Mayo del 2016

Anita Cecilia Torres Ruiz

GERENTE DE LA EMPRESA COMERCIAL CALZADO ORTEGA

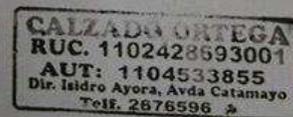
CERTIFICA:

Estar de acuerdo con el estudio del tema de tesis "Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes y propuesta de un programa de mejoramiento continuo en la empresa Calzado Ortega del Cantón Catamayo Provincia de Loja, para el año 2017", planteado por la Srta. Tania Patricia Valdivieso Arias alumna de la Universidad Nacional de Loja, puesto de que no se ha realizado ningún estudio como este y que será de gran ayuda y aporte para nuestra empresa.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente en lo que estime conveniente.

Atentamente:


Anita Cecilia Torres Ruiz
GERENTE



Anexo N° 03

Certificación de número de clientes

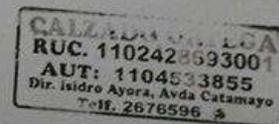
Catamayo 7 de Mayo del 2016

Yo Anita Cecilia Torres Ruiz, con cedula n° 1102428693, en mi calidad de Gerente Propietario de la empresa comercial Calzado Ortega, certifico legalmente que en nuestros registros la empresa cuenta con un total de 5200 clientes activos.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente en lo que estime conveniente.

Atentamente

Anita Cecilia Torres Ruiz
GERENTE



Anexo N° 04

R.u.c. de la empresa Calzado Ortega

 **SRI**
...le hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1102428693001
APELLIDOS Y NOMBRES: TORRES RUIZ ANITA CECILIA
NOMBRE COMERCIAL: CALZADO ORTEGA
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI
CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 05/05/1954 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 15/03/2012
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 17/01/2005 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCIÓN: 17/01/2005 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
VENTA AL POR MENOR DE CALZADO.

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: LOJA Cantón: CATAMAYO Parroquia: CATAMAYO (LA TOMA) Calle: ISIDRO AYORA Número: SN Intersección:
TRES DE NOVIEMBRE Referencia: A DOS CUADRAS DEL PARQUE CENTRAL Teléfono: 072677593

DOMICILIO ESPECIAL:

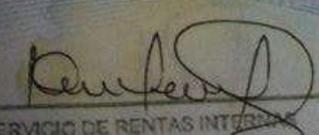
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: REGIONAL SURI LOJA **CERRADOS:** 0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

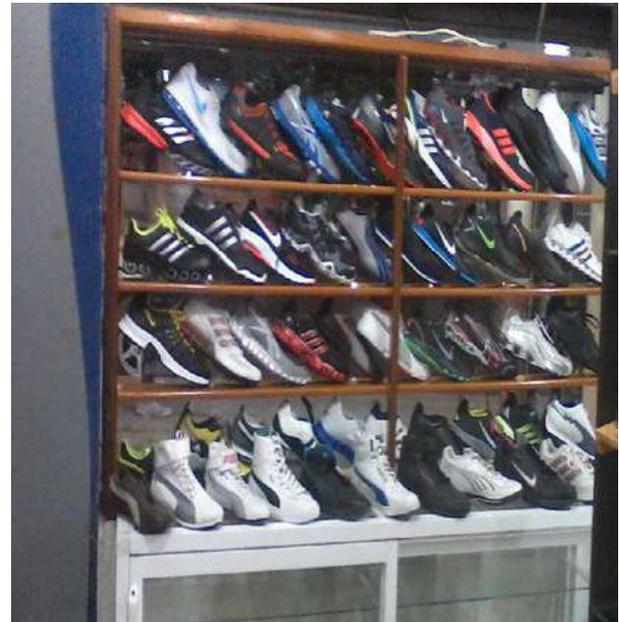

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
SRI
le hace bien al país
SERVICIOS TRIBUTARIOS
LOJA


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

4/03/2012 15:48:57

Anexo N° 05

Empresa Comercial Calzado Ortega



Anexo N° 06

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista realizada a la Gerente General de la empresa Calzado

Ortega

Reciba un cordial y afectuoso saludo, el motivo de la entrevista dirigida a Usted, es con la finalidad de obtener la debida información referente al funcionamiento y prestación de servicios que brinda la empresa a la sociedad, la misma que me permitirá la elaboración del presente trabajo de estudio, esperando de toda su colaboración y se digne a facilitar las respuestas con autenticidad a las debidas preguntas.

1. ¿Cuánto tiempo de operación tiene la empresa Calzado Ortega?

2. ¿Qué tipo de servicios ofrece la empresa a los clientes?

3. ¿A qué tipo de mercado están dirigidos los productos y servicios?

4. ¿Podría describir la misión, visión y políticas de la empresa?

5. ¿Qué valores se destacan en su empresa?

6. ¿Con cuántos empleados trabaja en la empresa y a que se dedican?

7. Realiza algún plan de incentivos y recompensas que retribuya al trabajador por su esfuerzo al trabajo bien realizado?

8. ¿Con qué áreas cuenta la empresa?

9. ¿De acuerdo a su conocimiento que clima laboral posee dentro de su empresa?

10. ¿Qué sistemas de información posee su empresa?

11. ¿Su empresa realiza constantemente capacitaciones, cuáles y de que tema?

12. ¿Qué aspectos considera de mayor importancia para que Calzado Ortega haya logrado obtener una amplia aceptación de la ciudadanía?

13. ¿Cuál es su estrategia para atraer y mantener a los clientes satisfechos?

14. ¿Cuál cree usted que ha sido el factor principal que ha incidido en el crecimiento y desarrollo de la empresa?

15. ¿Cuál es el compromiso que usted como empresa mantiene con la sociedad en general.

Anexo N° 07 Cuestionario Servqual

1. Las empresas de __ excelentes tienen equipos de apariencia moderna.							
2. Las instalaciones físicas de las empresas de __ excelentes son visualmente atractivas	1	2	3	4	5	6	7
3. Los empleados de las empresas de __ excelentes tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5	6	7
4. En una empresa de __ excelente, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etcétera) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5	6	7
5. Cuando las empresas de __ excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5	6	7
6. Cuando el cliente tiene un problema, las empresas de __ excelentes muestran un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
7. Las empresas de __ excelentes realizan bien el servicio ala primera vez.	1	2	3	4	5	6	7
8. Las empresas de __ excelentes concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
9. Las empresas de __ excelentes insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5	6	7
10. En una empresa de __ excelente, los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
11. En una empresa de __ excelente, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
12. En una empresa de __, excelente, los empleados siempre están dispuestos	1	2	3	4	5	6	7
13. En una empresa de __ excelente, los empleados nunca	1	2	3	4	5	6	7
están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.							
14. El comportamiento de los empleados de las empresas de __ excelentes tramiten confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
15. Los clientes de las empresas de __ excelentes se sienten seguros en sus transacciones con la organización.	1	2	3	4	5	6	7
16. En una empresa de __ excelente, los empleados son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
17. En una empresa de __ excelente, los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
18. Las empresas de __ excelentes dan a sus clientes atención individualizada.	1	2	3	4	5	6	7
19. Las empresas de __ excelentes tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
20. Una empresa de __ excelente tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
21. La empresa de __ excelentes se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
22. Los empleados de las empresas de __ comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo N° 08
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta de satisfacción a los clientes de la empresa Calzado Ortega.

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción que usted siente que le proporciona su la empresa “Calzado Ortega”.

Instrucciones: La lista que aparece a continuación incluye características que pueden tener o no la empresa “Calzado Ortega”. Nos gustaría conocer cuál es su percepción de acuerdo al servicio entregado por la empresa y con respecto a esto evaluar de la escala del 1 al 5 según corresponda a sus creencias (1 nada satisfecho, 5 muy satisfecho). Por favor marcar solo un cuadro por pregunta con una X.

Elementos tangibles	1	2	3	4	5
1. La empresa tiene equipos de apariencia moderna					
2. Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas.					
3. Los empleados tienen apariencia pulcra					
4. Los elementos materiales (facturas) son visualmente claros.					
Fiabilidad o presentación el servicio:					
5. El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.					
6. Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.					
7. Cuando un cliente tiene un problema el empleado demuestra interés en solucionarlo.					
8. El empleado realiza bien el servicio la primera vez					
9. Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					
Capacidad de respuesta:					
10. El tiempo que aguardo para obtener el servicio fue satisfactorio					
11. Los empleados demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio rápido a sus clientes.					
12. Los empleados siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes.					
13. Si necesito resolver algunas dudas se lo atendió en un tiempo adecuado.					

Seguridad:					
14. El comportamiento de los empleados le transmiten confianza y seguridad a sus clientes					
15. Los clientes de la empresa se sienten seguros con sus compras con la empresa.					
16. Los empleados son siempre amables con sus clientes					
17. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio.					
Empatía:					
18. Los empleados dan a sus clientes atención individualizada.					
19. El empleado se preocupa por los intereses de sus clientes					
20. los empleados ofrecen atención personalizada a sus clientes.					
21. Ofrece horarios convenientes para todos los usuarios					
22. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente					

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN.

Anexo N° 09



Código SENESCYT No 2048

la castellana
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

Dirección: José Antonio Eguiguren 12-37 y Bernardo Valdivieso
Telf. 2560-888
www.lacastellana.edu.ec

CURSO DE ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE

Inicio 10 de enero del 2016

Al finalizar el curso sobre “Servicio al Cliente”, los participantes podrán ofrecer una excelente atención, A fin de proporcionar las buenas relaciones con los clientes y mejorar la satisfacción de los mismos.

Dirigido: A personal de Calzado Ortega

Tiempo: 48 horas

Lugar: Instituto Tecnológico Superior La Castellana

Horario: Sábado de 08h00 hasta 12h00 y 14h30 hasta 18h30

Participantes: 3

Costo: \$ 500,00

Temas a tratarse

- ✚ El cliente
- ✚ Conocer al cliente
- ✚ Porque se pierden los clientes
- ✚ El servicio
- ✚ Atención al público
- ✚ Uso del teléfono
- ✚ Trato con el cliente
- ✚ La excelencia

Al final del curso recibirá certificado de participación

INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACION.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCION.....	6
d. REVISION DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y METODOS.....	30
f. RESULTADOS	34
g. DISCUSION.....	76
h. CONCLUSIONES.....	94
i. RECOMENDACIONES.....	97
j. BIBLIOGRAFIA.....	98
k. ANEXOS.....	100
INDICE.....	116