



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO**

**LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA ORGANIZACIÓN “HSE ECUADOR C.L” DE LA  
CIUDAD DE RIOBAMBA**

***PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL***

**AUTOR:**

Jhonny Alexis Corral Ramírez

**TUTOR:**

**Dr. René Basantes. PhD.**

**AÑO**

**2021**

## **INFORME DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor y luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por el Sr. Jhonny Alexis Corral Ramírez, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cuyo título es “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA ORGANIZACIÓN “HSE ECUADOR C.L” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el tribunal asignado.

Riobamba, 22 de Abril del 2021.



**Dr. René Abdón Basantes Avalos PhD**

**C.I. 060173767-9**

## CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

### Título

**LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA ORGANIZACIÓN “HSE ECUADOR C.L” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.**

### Miembros del Tribunal

Los miembros del tribunal de graduación revisan y aprueban el proyecto de investigación escrito en el cual han constatado el cumplimiento de todas las observaciones realizadas.

Para constancia de lo expuesto firman:

Dr. René Basantes PhD.



---

10

**Tutor**

**Firma**

**Nota**

Mgs. Francisco Pérez



---

10

**Miembro 1**

**Firma**

**Nota**

Ms. Gilma Uquillas



---

10

**Miembro 2**

**Firma**

**Nota**

**Calificación: 10 (sobre 10)**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Jhonny Alexis Corral Ramírez con cédula de identidad No. 0604900340, por medio de este documento certifico que soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo y pueden hacer uso de este documento como conviniere necesario para fines académicos.



**Jhonny Alexis Corral Ramírez**

**C.I. 060490034-0**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios por darme siempre las fuerzas y permitirme obtener mi título profesional.

A mi abuelito José que está en los cielos, no puedo estar más agradecido por haberlo tenido a mi lado y guiarme en cada uno de mis pasos, más que un abuelo fue un segundo padre para mí.

A mi madre, por estar conmigo en las buenas y malas, apoyándome siempre en mis decisiones y aún más por criar y educar al hombre que ahora soy.

A mi padre, que a pesar de la distancia y de todos los momentos que nos faltó por vivir juntos ha estado conmigo siempre y sé que este momento hubiera sido tan especial tanto para mí como para usted.

A mi hermosa Gaby, mi novia, dulzura de mi vida, mi acompañante incondicional que ha llegado a mi vida para hacerme feliz, más que eso apoyarme en todas mis buenas y malas decisiones y saberme guiar en la vida.

A mi tía Lalyta, quien ha estado dispuesta a escucharme y ayudarme en los momentos difíciles siempre con mucho cariño como el de una madre.

A mis hermanos Dennis y Marcelo, por estar conmigo en el tiempo que me formé en mis estudios ya que parte de mi esfuerzo está dedicado a ellos, ya que me siento orgulloso de ellos y espero que ellos estén orgullosos por mí.

*Jhonny Alexis Corral Ramírez*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por iluminarme en mi camino y ayudarme a superar los obstáculos que la vida me ha puesto.

A mis padres, por el amor y fe que me han brindado, por darme la confianza que como hijo espero de mis padres, a mis hermanos por apoyarme y darme la tranquilidad que necesitaba para seguir adelante.

A la mujer de mis ojos Gaby, que no me alcanzan las palabras de agradecimiento en este largo camino, la paciencia, el amor sincero y puro que me transmite, por ser mi apoyo incondicional, por estar para mí siempre solo me queda decirte GRACIAS AMOR MIO.

A mis docentes, René Basantes, Omar Negrete, Francisco Pérez, Wilson Saltos y Patricia Chiriboga, a quienes admiro y respeto por haberme transmitido abnegadamente sus conocimientos, todos ustedes son un gran ejemplo a seguir como profesionales y personas.

*Jhonny Alexis Corral Ramírez*

# ÍNDICE GENERAL

|   |      |
|---|------|
| INFORME DEL TUTOR .....                             | ii   |
| CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL .....                     | iii  |
| DERECHOS DE AUTOR .....                             | iv   |
| DEDICATORIA .....                                   | v    |
| AGRADECIMIENTO .....                                | vi   |
| ÍNDICE GENERAL .....                                | vii  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                              | x    |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                             | xi   |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....                            | xii  |
| RESUMEN .....                                       | xiii |
| ABSTRACT .....                                      | xiv  |
| Introducción.....                                   | 1    |
| 1.1. Planteamiento del problema.....                | 2    |
| 1.2. Justificación e importancia .....              | 3    |
| 2. Objetivos.....                                   | 4    |
| 2.1. General.....                                   | 4    |
| 2.2. Específicos .....                              | 4    |
| 2.3. Hipótesis .....                                | 4    |
| 3. Estado del arte.....                             | 5    |
| 3.1. Antecedentes.....                              | 5    |
| 3.2. Fundamentación Teórica.....                    | 6    |
| 3.2.1. Unidad 1: Organización HSE ECUADOR C.L ..... | 6    |
| 3.2.1.1. Reseña Histórica .....                     | 6    |
| 3.2.1.2. Misión .....                               | 7    |
| 3.2.1.3. Visión.....                                | 8    |
| 3.2.1.4. Objetivos.....                             | 8    |
| 3.2.2. Unidad 2: Calidad del servicio.....          | 9    |

|  |    |
|--|----|
| 3.2.2.1. Definición .....  | 9  |
| 3.2.2.2. Dimensiones de la calidad del servicio .....                | 9  |
| 3.2.2.3. Herramientas y técnicas de la calidad .....                 | 11 |
| 3.2.2.4. Finalidad de la calidad del servicio .....                  | 12 |
| 3.2.2.5. El servicio de calidad .....                                | 13 |
| 3.2.2.6. Beneficio de la calidad .....                               | 13 |
| 3.2.3. Unidad 3: Satisfacción del cliente .....                      | 14 |
| 3.2.3.1. Definición .....  | 14 |
| 3.2.3.1.1. ¿Qué es satisfacción? .....                               | 14 |
| 3.2.3.1.2. ¿Quién es el cliente? .....                               | 14 |
| 3.2.3.1.3. Satisfacción del cliente .....                            | 14 |
| 3.2.3.1.4. Elementos que conforman la satisfacción del cliente ..... | 14 |
| 3.2.3.1.5. ¿Cómo medir la satisfacción de los clientes? .....        | 16 |
| 3.2.3.1.6. Tipos de clientes .....                                   | 16 |
| 3.2.3.1.6.1. Clientes externos .....                                 | 16 |
| 3.2.3.1.6.2. Clientes internos .....                                 | 16 |
| 3.2.3.1.6.3. Cliente final .....                                     | 17 |
| 3.2.3.1.6.4. Cliente intermedio .....                                | 17 |
| 3.2.3.1.6.5. Cliente potencial .....                                 | 17 |
| 4. Metodología .....   | 18 |
| 4.1 Enfoque de la investigación .....                                | 18 |
| 4.2 Método .....   | 18 |
| 4.3 Diseño .....   | 18 |
| 4.4 Tipo de investigación .....                                      | 18 |
| 4.5 Nivel o alcance de la investigación .....                        | 18 |
| 4.6 Población .....  | 19 |
| 4.7 Muestra .....  | 19 |
| 4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....            | 19 |
| 4.9 Técnicas de procesamiento de la información .....                | 19 |



|  |    |
|--|----|
| 4.10 Resultados y Discusión.....   | 20 |
| 4.10.1 Resultados.....   | 20 |
| 4.1 Hipótesis .....  | 38 |
| 4.1.1 Comprobación de la hipótesis.....                                  | 38 |
| 5. Conclusiones y recomendaciones .....                                  | 40 |
| 5.1 Conclusiones.....  | 40 |
| 5.2 Recomendaciones .....  | 41 |
| 6. Propuesta.....  | 42 |
| 6.1 Título de la propuesta .....   | 42 |
| 6.2 Objetivos de la propuesta.....                                       | 42 |
| 6.2.1 Objetivo general.....  | 42 |
| 6.2.2 Objetivos específicos .....  | 42 |
| 6.3 Desarrollo de la propuesta .....                                     | 42 |
| 6.3.1 Estrategias de mejoramiento para la satisfacción del cliente ..... | 42 |
| 6.3.2 Programa de motivación al personal.....                            | 43 |
| 6.3.3 Taller “Satisfacción del cliente” .....                            | 43 |
| 6.4 Beneficios de la propuesta .....                                     | 44 |
| 6.5 Perfil del capacitador .....   | 44 |
| 7. Bibliografía .....  | 45 |
| 8. Anexos .....  | 47 |
| 8.1. Encuesta.....   | 47 |
| 8.2 Operacionalización de las variables.....                             | 48 |
| 8.3 Matriz Lógica.....   | 50 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1:</b> Niveles de satisfacción .....   | 15 |
| <b>Tabla 2:</b> Técnicas e instrumentos .....   | 19 |
| <b>Tabla 3:</b> Materiales de apariencia moderna y atractiva .....  | 20 |
| <b>Tabla 4:</b> Instalaciones atractivas .....  | 21 |
| <b>Tabla 5:</b> Personal de apariencia adecuada y pulcra .....  | 22 |
| <b>Tabla 6:</b> Resolución de quejas/problemas .....  | 23 |
| <b>Tabla 7:</b> Buen servicio desde la primera vez .....  | 24 |
| <b>Tabla 8:</b> Comunicación de no prestación de servicios.....   | 25 |
| <b>Tabla 9:</b> Servicio Eficaz.....  | 26 |
| <b>Tabla 10:</b> Empleados dispuestos a ayudar .....  | 27 |
| <b>Tabla 11:</b> Comunicación del proceso de sus servicios .....  | 28 |
| <b>Tabla 12:</b> Comportamiento que inspira confianza.....  | 29 |
| <b>Tabla 13:</b> Empleados amables con el cliente .....   | 30 |
| <b>Tabla 14:</b> Personal con conocimientos al responder preguntas .....  | 31 |
| <b>Tabla 15:</b> Brindan atención personalizada.....  | 32 |
| <b>Tabla 16:</b> Horarios de servicio conveniente .....   | 33 |
| <b>Tabla 17:</b> Preocupación por los clientes .....  | 34 |
| <b>Tabla 18:</b> Satisfacción después del uso del servicio .....  | 35 |
| <b>Tabla 19:</b> Recomendación del servicio.....  | 36 |
| <b>Tabla 20:</b> El servicio prestado, cumple con sus expectativas .....  | 37 |
| <b>Tabla 21:</b> Calidad.Servicio*Satisfacción.Cliente tabulación cruzada .....                                   | 38 |
| <b>Tabla 22:</b> Prueba de Chi cuadrado para las variables: Calidad del servicio y satisfacción del cliente ..... | 39 |
| <b>Tabla 23:</b> Programa de capacitación al personal.....  | 42 |
| <b>Tabla 24:</b> Programa de motivación al personal .....   | 43 |
| <b>Tabla 25:</b> Taller “Satisfacción del cliente” .....  | 43 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1:</b> Logo de la Organización HSE Ecuador C.L ..... | 6  |
| <b>Figura 2:</b> Tipos de clientes .....                       | 17 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1:</b> Materiales de apariencia moderna y atractiva .....                 | 20 |
| <b>Gráfico 2:</b> Instalaciones atractivas .....                                     | 21 |
| <b>Gráfico 3:</b> Personal de apariencia adecuada y pulcra .....                     | 22 |
| <b>Gráfico 4:</b> Resolución de quejas/problemas .....                               | 23 |
| <b>Gráfico 5:</b> Buen servicio desde la primera vez .....                           | 24 |
| <b>Gráfico 6:</b> Comunicación de no prestación de servicios .....                   | 25 |
| <b>Gráfico 7:</b> Servicio eficaz .....  | 26 |
| <b>Gráfico 8:</b> Empleados dispuestos a ayudar .....                                | 27 |
| <b>Gráfico 9:</b> Comunicación del proceso de sus servicios .....                    | 28 |
| <b>Gráfico 10:</b> Comportamiento que inspira confianza .....                        | 29 |
| <b>Gráfico 11:</b> Empleados amables con el cliente .....                            | 30 |
| <b>Gráfico 12:</b> Personal con conocimientos al responder preguntas .....           | 31 |
| <b>Gráfico 13:</b> Brindan atención personalizada .....                              | 32 |
| <b>Gráfico 14:</b> Horarios de servicio conveniente .....                            | 33 |
| <b>Gráfico 15:</b> Preocupación por los clientes .....                               | 34 |
| <b>Gráfico 16:</b> Satisfacción después del uso del servicio .....                   | 35 |
| <b>Gráfico 17:</b> Usted recomendaría el servicio a otra empresa o profesional ..... | 36 |
| <b>Gráfico 18:</b> El servicio prestado, cumple con sus expectativas .....           | 37 |

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló para manifestar de qué manera influyó la Calidad de servicio en la Satisfacción del cliente, cuya población comprende a los clientes de la Organización HSE Ecuador C.L de la ciudad de Riobamba, siendo fundamental el estudio ya que la organización conoce los problemas que tienen sus capacitores al no estar saturados de los conocimientos necesarios para impartir las capacitaciones a los clientes, y los mismos se encontraron insatisfechos al recibir el servicio prestado por la organización.

En el estudio se puntualizaron los inconvenientes referentes a la Satisfacción al Cliente que surgieron en la Organización HSE Ecuador C.L los mismos que afligieron a la mejora de la organización en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes.

La metodología utilizada corresponde a un enfoque mixto, método hipotético deductivo, diseño no experimental, el tipo de investigación es de campo, el nivel o alcance de la investigación es descriptiva, la población de la investigación es de 100 clientes y no se realizó el cálculo de la muestra ya que se trabajó con el número total de la población por no ser extensa.

En las técnicas e instrumentos de recolección de datos tanto para la variable dependiente e independiente se utilizó la encuesta denominada evaluación de la Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente, la misma que ayudó en la interpretación y análisis de los resultados donde se realizó un análisis estadístico de la comprobación de la hipótesis mediante la prueba del Chi cuadrado, evidenciando que la mayoría de clientes se sienten insatisfechos con el servicio que presta la Organización HSE Ecuador C.L. Gracias a estos resultados se realizaron las conclusiones y recomendaciones.

***Palabras clave:*** Calidad, servicio, satisfacción, cliente.

# ABSTRACT

## ABSTRACT

This research was to show how the quality of service influences customer satisfaction, whose population includes customers of the Organization HSE Ecuador CL in the city of Riobamba. The study is fundamental since the organization knows the trainers' problems are not saturated with the necessary knowledge to impart training to clients. They are dissatisfied when receiving the service provided by the organization.

The study points out the inconveniences related to Customer Satisfaction that arise in the HSE Ecuador C.L Organization, which affects the organization's improvement in terms of the quality of service and customer satisfaction.

The methodology used corresponds to a qualitative approach, hypothetical deductive method, non-experimental design. The type of research is the field, the level or scope of the study is descriptive. The research population is 100 clients, and the calculation did not perform of the sample. We worked with the total number of people for not being extensive.

In the data collection techniques and instruments for both the dependent and independent variable used. The survey evaluated Service Quality and Customer Satisfaction. It helped in the interpretation and analysis of the results in the investigation. Statistic of the hypothesis verification used the Chi-square test; showing that most clients feel satisfied with the service provided by the HSE Ecuador CL Organization. Thanks to these results, conclusions and recommendations were made.

**KEYWORDS:** Quality, service, satisfaction, customer.

Reviewed by:  
Mgs. Marcela González Robalino  
**English Professor**  
c.c. 0603017708

## **Introducción**

La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la Organización “HSE Ecuador C.L” de la ciudad de Riobamba. El presente estudio tuvo como objetivo determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Organización antes mencionada.

La importancia de hoy en día en las distintas empresas es el de brindar un servicio de calidad, es decir, atender con excelencia y eficacia a los clientes y que de esta manera los clientes se marchen percibiendo un buen trato por parte del personal interno de la empresa puesto que esto ayuda a mejorar su imagen corporativa.

Al hablar de mercados competitivos, hace referencia a exigencias mayores puesto que tratan de acoger mayor número de clientes brindando buena atención y generando seguridad y confianza. Al contrario, la competencia busca aumentar su cartera de clientes mas no la atención y satisfacción de los mismos, lo cual es una desventaja para la misma ya que el cliente busca exclusivamente calidad y satisfacción.

Lo que el cliente aspira cuando ingresa en una organización es adquirir bienes y/o servicios que los mismos ofrecen, es por ello que la empresa debe destacarse en brindar un servicio de calidad para poder garantizar el regreso y fidelidad de su cliente.

A más de ello, para lograr la satisfacción de los mismos, se debe poseer ética, como principal valor empresarial y humano, es decir todo trabajador interno debe gozar de dicho valor, el mismo que ayudara en las relaciones con los clientes siendo este un componente moral que toda empresa debe poseer para llegar al éxito.

Además del buen trato que los clientes buscan, también se introduce el tema de calidad en los productos y/o servicios puesto que así nace el compromiso de ambas partes de seguir hacia adelante, enfocando la mejora continua y partiendo desde la misma empresa como objetivo o punto principal.

## **1.1. Planteamiento del problema**

En el mundo globalizado el brindar un servicio de calidad es un factor principal, ya que, en estos tiempos, las empresas han tomado en cuenta la importancia que tiene el cliente y la satisfacción del mismo al salir de su empresa y aún más el ser recomendado para que la empresa pueda crecer y así tener tanto la felicidad del cliente a manera de prioridad como la rentabilidad y sostenibilidad de esta.

Se debe conocer la manera adecuada para la captación de más clientes puesto que de esta manera se prevendrá la desagregación de la empresa ya que se conoce sobre la competencia desmedida que existe en el mercado, es por ello que se debe tomar como pilar fundamental a los clientes, conocerlos, saber sus necesidades, problemas y dar la solución que estos necesitan.

Es por ello que en este trabajo de investigación se procedió a minimizar el alto riesgo de perder clientes que se ha generado por la inseguridad que existe en la organización, puesto que los capacitadores no conocían con precisión si cumplieron o no su trabajo al transmitir conocimientos, despejar dudas de las capacitaciones y evitar ofrecer conocimientos obsoletos o habituales hacia sus clientes.

En el mundo empresarial tiene mucha importancia la satisfacción del cliente, ya que, si el mismo es satisfecho, será para la empresa un activo puesto que probablemente volverá a utilizar el servicio o dará una buena opinión respecto a la compañía, lo que significará ingresos considerables para la misma.

Al contrario, si el cliente está insatisfecho con el servicio comentará su descontento al mayor número de posibles clientes, a más de ello existirá la posibilidad de que el mismo presente sus quejas a la compañía, lo cual optara por cambiar dicho servicio y por ende de empresa.

El análisis que se realizó en esta empresa fue por medio de una evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente que ayude a entender por qué los clientes partieron disgustados o insatisfechos de la empresa, es por ello que la finalidad de este estudio fue el de analizar dicha problemática y así poder buscar una posible solución para que se pueda disminuir las desventajas manifestadas las mismas que producen incomodidad de los clientes que están afiliados a la empresa.

¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la organización HSE Ecuador C.L de la ciudad de Riobamba?



## **1.2. Justificación e importancia**

Como estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial y gracias a los conocimientos adquiridos en la formación académica, pude visualizar que en la Organización “HSE Ecuador C.L” de la ciudad de Riobamba, la principal problemática del gerente de la organización es conocer cuáles son las expectativas y percepciones que tienen sus clientes sobre las capacitaciones y si después de recibir las mismas fueron satisfechos con el servicio prestado.

Para justificar el presente trabajo se tomó en cuenta que la calidad del servicio es un elemento muy importante dentro de las empresas ya que esto sirvió como principal factor de la permanencia de ellas en un mundo de competencia. Los múltiples clientes que existen en el mercado buscan calidad sobre todas las cosas por ende estos requisitos deben cumplir las empresas para poder tener a los antes mencionados satisfechos con el producto y/o servicio adquirido.

Como segundo argumento de esta investigación enuncié la satisfacción del cliente, ya que es de gran trascendencia coincidir las expectativas con la percepción de la calidad del servicio que recibe el cliente, mientras se encuentre satisfecho y no encontrarse otro servicio que se adapte a sus necesidades, el mismo establecerá tanto la lealtad como la confiabilidad hacia la organización.

Los clientes son la prioridad para que el éxito llegue a cualquier empresa o negocio, por lo tanto hay que conocerlos, clasificarlos y empatizar, predecir posibles necesidades para luego desarrollar una empresa viable y rentable. Para comprender a los consumidores hay que conocer su comportamiento, así mejoraremos su experiencia al obtener el servicio y de esta manera abalar mejor a sus expectativas.

En la presente investigación se pudo evidenciar que es viable ya que es un estudio exclusivo, por lo que fue posible realizarlo porque tenía a disposición todas las herramientas necesarias para su desarrollo, también se contó con el absoluto compromiso de las autoridades relacionadas que ayudaron en el transcurso de su elaboración.

## **2. Objetivos**

### **2.1. General**

Determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

### **2.2. Específicos**

- Identificar los principales conceptos que ayuden como cimiento para determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.
- Identificar las dimensiones de la calidad del servicio en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.
- Describir los niveles de satisfacción de los clientes en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

### **2.3. Hipótesis**

La calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C-L” de la ciudad de Riobamba.

### **3. Estado del arte**

#### **3.1. Antecedentes**

López (2018), de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en su tesis: “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil” cuyo objetivo fue determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. En la misma se comprobó que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, es decir si aumenta la calidad del servicio va aumentar la satisfacción del cliente o si disminuye la calidad de servicio, disminuye la satisfacción al cliente.

Alava, y Bastidas (2016), de la Universidad Central del Ecuador con sede en Galápagos en su tesis: “Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz” cuyo objetivo fue analizar la calidad de servicio de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, mediante la ejecución de encuestas que determinan el grado de satisfacción de los turistas. En esta investigación se concluyó que las agencias de viajes son el factor principal para adquirir un producto turístico, por ello estas deberán brindar una excelente atención a sus clientes, así los turistas se sentirán seguros y a gusto al momento de adquirir un paquete.

Guashpa (2018), de la Universidad Nacional de Chimborazo en su tesis: “La calidad de servicio de las Cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la satisfacción de los consumidores, período Junio 2015 – Junio 2016” cuyo objetivo fue determinar cómo la calidad del servicio de transporte de las Cooperativas de taxis de Riobamba incide en la satisfacción de los consumidores período junio 2015 – junio 2016. También estableció lineamientos alternativos que permitan generar la fidelidad de sus clientes y satisfacción en los usuarios o consumidores para el fortalecimiento de la imagen y servicio personalizado. Se concluyó que la mayoría de encuestados no están satisfechos con el servicio que reciben, los mismo que solicitaron un cambio drástico en cuanto al trato de los conductores y al estado de los vehículos utilizados durante la prestación de estos servicios.

## 3.2. Fundamentación Teórica

### 3.2.1. Unidad 1: Organización HSE ECUADOR C.L

#### 3.2.1.1. Reseña Histórica

*Figura 1* Logo de la Organización HSE Ecuador C.L



Fuente: Organización HSE Ecuador C.L

Elaborado por: Organización HSE Ecuador C.L

HSE ECUADOR es una organización reconocida por la Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil, desde el 15 de enero de 2016, su sucursal principal está ubicada en Riobamba, Provincia de Chimborazo y en Rumiñahui, Ambato y en la ciudad de Manta; están registrados y aprobados por la Secretaría Técnica de Capacitación SETEC y el Comité Interinstitucional de Seguridad e Higiene en el Trabajo de la CISHT. Son las subinstituciones de National Safety Council de USA Training Center ID: 2195145. El campo tiene experiencia profesional acumulada en consultoría técnica y formación, seguridad industrial, salud en el trabajo, calidad y medio ambiente. Sus principales acciones se desarrollaron en la provincia de Chimborazo; la asistencia técnica y capacitación se extendió a nivel nacional (C.L, 2019).

Promueve la formación continua de alto nivel para desarrollar habilidades prácticas y académicas con el fin de lograr un mejor desempeño en el lugar de trabajo. Su misión es desarrollar la consultoría profesional y la capacitación empresarial en Gestión Ambiental y Prevención de Riesgos Laborales, y brindar calidad de servicio y responsabilidad técnica para la satisfacción del cliente. Su visión es convertirse en una empresa líder en el campo de los servicios y capacitación HSEQ en el país. Y se compromete a contribuir a los emprendimientos sociales y de bienestar social. Medio ambiente, brindando soluciones integrales para la gestión de los recursos naturales, la seguridad ocupacional y la responsabilidad social (C.L, 2019).

El sistema de gestión de HSE creado para garantizar que los estándares operativos internacionales en la organización sean controlados y monitoreados. El Consejo Colombiano

de Seguridad destacó un claro ejemplo, que señaló que el año pasado se reportaron más de 8.500 enfermedades ocupacionales en Colombia, de las cuales la industria manufacturera ocupó el primer lugar con más de 2.500 casos. (C.L, 2019).

Esta es una invitación a los diferentes estándares establecidos en la organización global para implementar sistemas de gestión que puedan garantizar una mayor competitividad y un menor riesgo de accidentes manuales.(C.L, 2019).

El sistema puede registrar los procesos organizativos de la empresa y mejorar la seguridad de los empleados antes de arriesgar o cuidar el medio ambiente. Es decir, para obtener estas certificaciones es necesario certificar y garantizar una adecuada gestión de la calidad de los procesos realizados y el cumplimiento de las leyes y estándares internacionales ISO. (C.L, 2019).

Gracias a una gestión adecuada, se mejorará la reputación y la reputación de la organización. Se deben prevenir los riesgos laborales que afectan directamente a los trabajadores. Dado que cuanto mayor es el riesgo de una actividad, mayores son las medidas tomadas para prevenir accidentes.(C.L, 2019).

A continuación encontrará el significado de cada certificado correspondiente a la Gestión Integrada (HSE):

- Health: acreditada a una serie de actividades relacionadas con la protección de la salud mental, física y social de los colaboradores de la empresa.
- Security: demuestra que los riesgos o peligros en la industria se manejan correctamente.
- Environment: proteger el medio ambiente o trabajar por la protección de los recursos naturales demostrando acciones para proteger los recursos naturales (C.L, 2019).

### **3.2.1.2. Misión**

Desarrollar consultoría especializada, capacitación y certificación empresarial en Gestión Ambiental y Prevención de Riesgos Laborales, ofreciendo calidad de nuestros servicios y responsabilidad técnica para la satisfacción de nuestros clientes, en cumplimiento de estándares nacionales e internacionales (C.L, 2019).

### **3.2.1.3. Visión**

Ser una empresa líder en servicios HSEQ capacitación y certificación a nivel nacional, comprometidos a trabajar en beneficio de la sociedad y el medio ambiente, brindando soluciones integrales en el manejo de recursos naturales, seguridad laboral y responsabilidad social (C.L, 2019).

### **3.2.1.4. Objetivos**

- Brindar consultoría, laboratorio, fiscalización y capacitación en ingeniería, civil, ambiental, eléctrica y prevención de riesgos laborales a nivel nacional, a organizaciones públicas y privadas con profesionales HSEQ especializados.
- Brindar capacitación a sectores estratégicos en el desarrollo de la matriz productiva de Ecuador para potenciar sus conocimientos, proporcionando las herramientas educativas y metodológicas adecuadas para su óptimo desempeño.
- Diseñar estrategias técnicas y de gestión para la protección ambiental y prevención de riesgos de acorde a las necesidades de cada organización (C.L, 2019).

## **3.2.2. Unidad 2: Calidad del servicio**

### **3.2.2.1. Definición**

Según Duque (2005), la atención al cliente consiste en establecer y gestionar la satisfacción mutua de expectativas entre clientes y organizaciones. Con este fin, utiliza la interacción y la retroalimentación de persona a persona en todas las etapas del proceso de servicio. El objetivo básico es mejorar la experiencia del cliente en los servicios de la organización”.

Según Hernández, Atencio y Chumaceiro (2009), la calidad de servicio es un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, cónsona, un compromiso de todos, dentro de un proceso continuo de evaluación y mejoramiento, para ganar la lealtad del cliente y diferenciarse de la competencia como estrategia de beneficio (Hernández, et al, 2009).

En este sentido, Grönroos (1994), citado por Duque (2005) menciona que “la propia intangibilidad de los servicios hace que éstos sean percibidos de manera subjetiva” (p.68).

Según Pizzo (2013), citado por María López, Grisell Solórzano y Jesús Aceves (2013), mencionaron que la calidad del servicio es un hábito desarrollado y practicado por las organizaciones para explicar las necesidades y expectativas de sus clientes y así brindarles en situaciones previsibles o errores, también puede estar disponible, apropiado, ágil, flexible, apreciable, útil y oportuno de manera que los clientes se sientan comprendidos, atendidos y atendidos personalmente, con dedicación y eficiencia y sorprendidos. Los servicios seguros y confiables tienen mayor valor que esperado y, por lo tanto, proporcionar a las organizaciones mayores ingresos y menores costos.

### **3.2.2.2. Dimensiones de la calidad del servicio**

Para Zeithaml, Bitner y Gremler (1993), el modelo ServQual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio:

- **Fiabilidad:** se refiere a la capacidad de realizar los servicios prometidos de manera confiable. Es decir, la empresa cumple sus promesas, entrega, prestación de servicios, resolución de problemas y fijación de precios.
- **Sensibilidad:** es la voluntad de ayudar a los usuarios y brindarles servicios rápidos y adecuados. Se refiere a la atención y puntualidad en el manejo de solicitudes, respuesta a las preguntas y quejas de los clientes y resolución de problemas.
- **Seguridad:** el conocimiento y la atención de los empleados y su capacidad para inspirar credibilidad y confianza.

- Empatía: se refiere al nivel de atención personalizada de la empresa a los clientes. Debe transmitirse a través de servicios personalizados o adaptarse a los gustos de los clientes.
- Elementos tangibles: apariencia física, instalaciones físicas, como infraestructura, equipos, materiales y personal.

Según Matsumoto (2014), las declaraciones, para efectos de medición, se consideraron como lo más importante para el análisis del servicio al cliente modelo SERVQUAL modificado, estas fueron:

- **Elementos Tangibles:** incluida la apariencia de instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación. La sentencia analizada al respecto es:
  - La empresa de servicios cuenta con equipos modernos.
  - Las instalaciones físicas de la empresa de servicios son atractivas en apariencia.
  - Los empleados de la empresa de servicios son prolijos.
  - Los manuales, declaraciones de elementos materiales son visualmente atractivos y fáciles de entender.
- **Fiabilidad:** Se refiere a la capacidad de realizar el servicio prometido de manera confiable y seria; analícelo desde los siguientes aspectos.
  - Cuando una empresa de servicios compromete a realizar una operación dentro de un determinado periodo de tiempo, la ejecutará.
  - Cuando un cliente encuentra un problema la empresa muestra un interés sincero en resolver el problema.
  - La empresa ha tenido un buen desempeño desde la primera vez.
  - La empresa completará el servicio dentro del tiempo acordado.
  - La empresa de servicios insiste en mantener registros sin errores.
- **Capacidad de respuesta:** buscan respuestas sobre la voluntad y la voluntad de los empleados de ayudar a los clientes y proporcionar servicios. La frase a analizar es:
  - Cuando el servicio comienza y termina, el empleado notificará al cliente.
  - Los empleados de la empresa brindan una respuesta rápida a los clientes.
  - Los empleados de la empresa de servicios están siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.
  - Los empleados nunca estarán ocupados respondiendo las preguntas de los clientes.



- **Seguridad:** se refiere al conocimiento y la atención que muestran los empleados y su capacidad para inspirar credibilidad y confianza. Análisis de oraciones:
  - El comportamiento de los empleados de la empresa de servicios transmitirá confianza a los clientes.
  - El cliente se siente seguro en la transacción con la empresa de servicios.
  - Los empleados de la empresa de servicios son amables con los clientes.
  - Los empleados son suficientemente competentes para responder a los requisitos del cliente.
  
- **Empatía:** la atención personalizada de la empresa al consumidor. Análisis de oraciones:
  - La empresa de servicios brinda a los clientes una atención personalizada.
  - La empresa de servicios ofrece horarios de trabajo convenientes para todos los clientes.
  - Los empleados de la empresa de servicios brindarán a los clientes servicios personalizados.
  - La empresa de servicios se ocupa de los intereses de los clientes.
  - La empresa de servicios comprende las necesidades específicas de los clientes (Matsumoto Nishizawa, 2014).

### 3.2.2.3. Herramientas y técnicas de la calidad

Según Sangüesa, Mateo y Iizarbe (2006), citado por Liza y Siancas (2016), menciona que el desarrollo de las bases teóricas de la calidad, tiene un buen número de herramientas y técnicas para su desarrollo. Todos estos solo se enumeran a continuación, para no desviar la atención del foco de la investigación a otros lugares.

- El ciclo PDCA
- Las 7 herramientas de la calidad (Q7): hoja de recogida de datos, diagrama de flujo, diagrama causa-efecto, cartas de control de calidad, diagrama de Pareto, diagramas de correlación.
- Las 7 nuevas herramientas (M7): diagrama de afinidad, diagrama de relaciones, diagrama de árbol, diagrama matricial, diagrama de priorización, diagrama de proceso de decisión, diagrama de flechas.

- Técnicas de planificación: Benchmarking, Quality Function Development (QFD), estudio de capacidad, design of Experiments (DoE), análisis modal de fallos y efectos (AMFD).
- Técnicas en control: Statistical Process Control (SPC), auditorias, calidad en compras, indicadores.
- Técnicas para la mejora: reingeniería, mejora continua de procesos (KVP), Total Productive Maintenance (TPM), Six Sigma, Poka Yoke, 5S.
- Técnicas de calidad en servicios: técnicas de las viñetas, blueprinting, método secuencial de incidentes, encuesta a clientes, ServQual, gestión de quejas, mystery shopping y buzón de sugerencias.

#### **3.2.2.4. Finalidad de la calidad del servicio**

De acuerdo con el punto de vista de Feijo (2016) citado por López (2018), señalé que el propósito de la calidad del servicio debe entenderse como el nivel de excelencia que marca la empresa para cumplir con las expectativas del cliente. Toda la organización se involucra y permite descubrir las causas de los defectos con el fin de reducir costos y obtener la satisfacción del cliente. Cuando es necesario satisfacer a todos, es sin duda la forma más confiable de fallar.

El concepto de calidad no tiene nada que ver con el concepto de lujo y precio elevado. El servicio de calidad debe responder al valor que los clientes están dispuestos a pagar. Por otro lado, Vaquero (2013) señaló que el propósito de la calidad del servicio es brindar a los consumidores los beneficios que los clientes esperan de los productos o servicios. Porque solo así, el cliente quedará satisfecho con lo que consume. Las organizaciones que brindan servicios de alta calidad han ganado una mayor lealtad de los clientes, por lo que los aumentos de precios son más aceptables que la competencia y tienen una mejor resistencia durante las recesiones económicas.

### **3.2.2.5. El servicio de calidad**

Según Marín (2014), citado por López (2018), enfatizó que el consumidor es muy sensible con los temas de calidad, no solo demanda un buen producto o servicio a un precio razonable, sino que valora los servicios adicionales del mismo, referentes a trato personal, servicio post-venta. Una serie de variables que permiten obtener la ventaja competitiva de los bienes o servicios competitivos a prestar.

Por otro lado Berdugo, Barbosa y Prada (2016) señalaron que ofrecer servicios de calidad se ha convertido en una necesidad dada ña gran variedad de alternativas disponibles que tiene los clientes. La calidad debe convertirse en una ventaja competitiva de toda organización puesto que los competidores son cada vez más ágiles al momento de atender las nuevas demandas. Por todo esto, la calidad del servicio debe estar inmersa en las estrategias de las organizaciones; un servicio de calidad conlleva a fortalecer relaciones con los clientes y aumentar su satisfacción.

### **3.2.2.6. Beneficio de la calidad**

De acuerdo a García (2014), citado por López (2018), enfatizó que uno de los resultados más importantes de brindar un servicio de calidad es la satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente aporta muchos beneficios a la empresa:

- Compra otra vez.
- Dispuesto a pagar un precio más alto
- Convertirse en el mejor portavoz de la empresa
- Abandona la competencia

### **3.2.3. Unidad 3: Satisfacción del cliente**

#### **3.2.3.1. Definición**

##### **3.2.3.1.1. ¿Qué es satisfacción?**

Según la RAE (2016), el segundo significado de satisfacción es que es "la causa, acción o vía, que puede calmar a las personas y responder plenamente a las quejas, sentimientos o el motivo contrario". Sin embargo desde el punto de vista del Marketing, la satisfacción es el grado en que el desempeño percibido concuerda con las expectativas del comprador (Armstrong y Kotler , 2003).

##### **3.2.3.1.2. ¿Quién es el cliente?**

Del mismo modo la RAE (2016), define el término cliente, en su segunda acepción, como la persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

En cuanto al Marketing para Bastos Boubeta (2007), los clientes se refieren a personas que adquieren bienes o servicios para uso propio o ajeno a un precio determinado por la empresa y reconocido por la sociedad. Constituye el elemento básico de la creación de productos de la empresa.

##### **3.2.3.1.3. Satisfacción del cliente**

Según Gosso (2008), la satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizad o ninguna emoción positiva sobre el cliente, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño. En tanto si el resultado es negativo, el cliente experimenta un estado emocional de insatisfacción. En este caso, dado que no se puede lograr un desempeño satisfactorio, la empresa tendrá que asumir los costos asociados con la restitución de los servicios, compensando a los clientes, eliminando las críticas negativas y mejorando la moral de los empleados

##### **3.2.3.1.4. Elementos que conforman la satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente se compone de tres elementos: el rendimiento percibido, el nivel de satisfacción y las expectativas (García, 2014).

- **El rendimiento percibido:** se refiere al valor que los clientes creen que se ha realizado después de obtener un producto o servicio. Este resultado perceptible tiene las siguientes características:
  - Se establece desde la perspectiva del cliente no de la empresa.
  - Se fundamenta en los resultados que el cliente consigue con el producto o servicio.
  - Está determinado por la opinión del cliente, no necesariamente una realidad objetiva.
  - Afectando las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- **Los niveles de satisfacción:** tras efectuar la compra o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

*Tabla 1: Niveles de satisfacción*

| <b>Niveles de satisfacción</b> |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Insatisfacción</b>          | Se origina si el valor percibido del producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente.        |
| <b>Satisfacción</b>            | Se origina cuando el valor percibido del producto o servicio concuerda con las expectativas del cliente. |
| <b>Complacencia</b>            | Se causa cuando el valor percibido supera las expectativas del cliente.                                  |

Fuente: (García, 2014).

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa. Así:

- Los clientes insatisfechos cambiarán inmediatamente la marca o el proveedor, pero la condición para la deslealtad es la misma empresa.
- Por otro lado, el cliente satisfecho se mantendrá leal, pero tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor lealtad condicional.
- En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional lealtad incondicional (García, 2014).

- **Las expectativas:** se refieren a lo que los clientes esperan que van a conseguir al consumir un bien o servicio. Las expectativas del cliente son generadas por una o más de las siguientes cuatro situaciones:
  - Asegurar que la misma empresa se beneficie de los productos o servicios prestados.
  - Experiencias de compra previa.
  - Opiniones de amigos, conocidos y líderes de opinión.
  - Compromisos de los competidores (García, 2014).

#### **3.2.3.1.5. ¿Cómo medir la satisfacción de los clientes?**

De acuerdo con las opiniones de Kotler y Keller (2006) citadas por López (2018), enfatizo que la satisfacción del cliente debe medirse con regularidad. Una de las claves para mantener la satisfacción del cliente es su satisfacción. Hay muchas formas de medir la satisfacción del cliente. Las encuestas periódicas se utilizan para medir directamente la satisfacción del cliente. Además, también ayudan a evaluar la intención de volver a comprar y la capacidad o disposición del cliente para recordar la empresa y la marca de interés para los demás.

#### **3.2.3.1.6. Tipos de clientes**

Según Fernández (2010), Reyes (2014) citó dos tipos de clientes: clientes internos y clientes externos, porque esto se basa en el hecho de que ambos clientes deben estar satisfechos y no solo la idea o servicio del producto, sino entre ellos. Es decir, deben sentir que sus necesidades están cubiertas, por lo que es muy importante que todas las empresas brinden un buen servicio al cliente y satisfagan sus necesidades, porque esto está directamente relacionado con el éxito empresarial.

##### **3.2.3.1.6.1. Clientes externos**

Son personas que acuden a empresas u organizaciones para comprar productos o servicios, como comprar alimentos, usar el transporte, viajar y comprar autos. Una vez que obtienen el producto o servicio que necesitan, lo reembolsarán en efectivo y pagarán el precio del producto o servicio que recibieron en su totalidad. Cuando crean que ya no les gusta el producto o servicio, pueden renunciar al suministro habitual debido a la calidad del servicio. El proveedor ha cambiado, o porque pueden encontrar proveedores muy diferentes en el mercado.

##### **3.2.3.1.6.2. Clientes internos**

Son personas que se dedican a tareas de gestión, procesos productivos, almacenes, investigación o gestión dentro de una empresa u organización, y se consideran clientes porque

necesitan obtener información de otros compañeros o miembros, productos o servicios de la empresa u organización para poder continuar. Realiza su trabajo. No solo no pagan por los productos o servicios que reciben, también pagan por las actividades laborales

Existen otras clasificaciones de clientes que pueden destacar:

#### **3.2.3.1.6.3. Cliente final**

Es la persona que utilizará el producto o servicio obtenido de la empresa y se espera que quede satisfecho. También llamado usuario final o beneficiario. Corresponde a clientes externos.

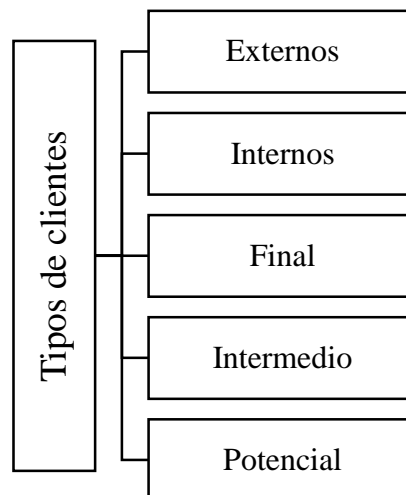
#### **3.2.3.1.6.4. Cliente intermedio**

Es el distribuidor que hace posible que los productos o servicios que provee la empresa estén disponibles para el usuario final o beneficiario. - El público objetivo es aquel que no se interesa de forma particular en el servicio o el producto que la empresa ofrece, pero al cual la empresa dirige su publicidad para captarle.

#### **3.2.3.1.6.5. Cliente potencial**

Ha mostrado interés en los productos o servicios de la empresa, pero aún no ha decidido comprar o utilizar estos servicios.

*Figura 2: Tipos de clientes*



Fuente: (Reyes, 2014).

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez

## 4. Metodología

### 4.1 Enfoque de la investigación

**Enfoque mixto:** se utilizó este enfoque ya que compromete datos tanto cuantitativos como cualitativos en una misma investigación, se describió en términos estadísticos y narrativos, es decir procesos de recolección, análisis de datos, tabulación y registro de resultado en tablas.

### 4.2 Método

**Hipotético – deductivo:** según Popper (2018), este método caracteriza por ciertos pasos esenciales:

- **Observación:** se realizó la observación de cómo la calidad del servicio influyó en la satisfacción del cliente.
- **Formulación de la hipótesis:** se investigó las causas o motivos del por qué surge el problema.
- **Deducción de Consecuencia de la Hipótesis:** se explicó por qué la calidad del servicio ayudó a la satisfacción del cliente de la Organización “HSE Ecuador C.L”
- **Verificación de la Hipótesis:** al concluir la investigación se pudo comprobar que la calidad del servicio influyó en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE Ecuador C.L”

### 4.3 Diseño

**No experimental:** este estudio se realizó sin manipular ninguna variable en este caso “Calidad del Servicio y Satisfacción del cliente”, por lo que el fenómeno se describió tal y como se presenta en la Organización “HSE Ecuador C.L”

### 4.4 Tipo de investigación

**De campo:** esta investigación se llevó a cabo en el lugar donde suscita el problema, es decir en la Organización “HSE Ecuador C.L”, con la ayuda y autorización del gerente, el personal interno y los clientes sujetos de esta investigación.

### 4.5 Nivel o alcance de la investigación

**Descriptiva:** el estudio tuvo como objeto poner en claro la situación de las variables, es decir los antecedentes, los conceptos, dimensiones, etc., de acuerdo con las variables de estudio. La presente investigación es descriptiva debido a que es una descripción de lo que se pretendió realizar dentro de la Organización “HSE Ecuador C.L”



#### 4.6 Población

La población de la Organización “HSE Ecuador C.L” es de 100 clientes.

#### 4.7 Muestra

No se realizó el cálculo del tamaño de la muestra porque se trabajó directamente con el universo que es de 100 clientes.

#### 4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

*Tabla 2: Técnicas e instrumentos*

| VARIABLE  | TÉCNICA  | INSTRUMENTO   | CARACTERÍSTICA  |
|---|----------|---|---|
| <b>Independiente:<br/>Calidad del<br/>servicio</b>  | Encuesta | Evaluación de la<br>Calidad del Servicio<br>y la Satisfacción del<br>Cliente. | Este instrumento sirve<br>principalmente para<br>poder evaluar la calidad<br>del servicio prestado, las<br>expectativas y la<br>satisfacción del cliente. A<br>más de ello ayuda a<br>calificar al personal<br>interno como a la<br>organización. |
| <b>Dependiente:<br/>Satisfacción al<br/>cliente</b> | Encuesta |   |   |

Fuente: Jhonny Alexis Corral Ramírez

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez

#### 4.9 Técnicas de procesamiento de la información

Para desarrollar la investigación se tomó en consideración lo que postula Hernández, Fernández y Baptista (2006), “Las técnicas de recolección de datos son distintas formas o maneras de obtener la información”.

Se empleó técnicas que proponen para el procesamiento de los datos de la información recopilada, que se logró complementar con la representación gráfica como son: cuadros, pasteles, a partir del análisis y ejecución de las siguientes:

- Recolección de datos en base a la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación.
- Revisión y barrido de la información obtenida.
- Tabulación y representación gráfica de los resultados.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

## 4.10 Resultados y Discusión

### 4.10.1 Resultados

#### Elementos Tangibles

1. ¿La organización cuenta con el equipo y materiales de apariencia moderna y atractiva?

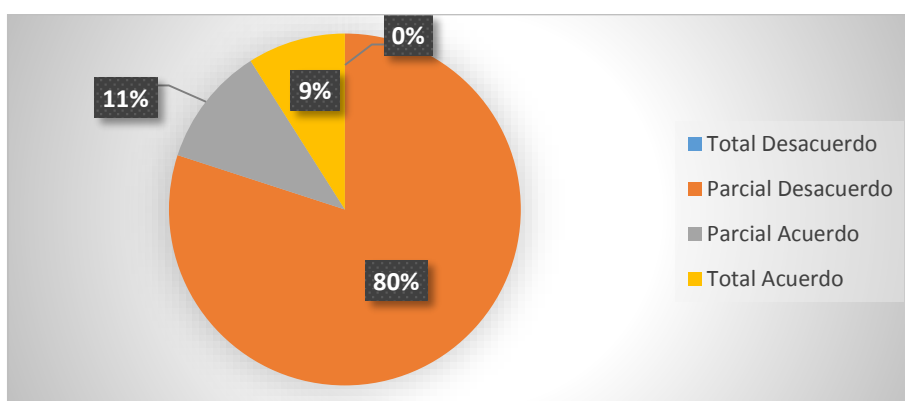
*Tabla 3: Materiales de apariencia moderna y atractiva*

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 1 ¿La organización cuenta con el equipo y materiales de apariencia moderna y atractiva? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 80         | 80%        |
|   | Parcial acuerdo    | 11         | 11%        |
|   | Total acuerdo      | 9          | 9%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

*Gráfico 1: Materiales de apariencia moderna y atractiva*



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

#### **Análisis:**

El 80% de los encuestados indicaron estar parcialmente en desacuerdo al mencionar a los materiales de apariencia atractiva y moderna, mientras que el 11% mencionaron estar parcialmente de acuerdo seguido de un 9% que indicaron estar totalmente de acuerdo.

#### **Interpretación:**

La mayor parte de los encuestados mencionaron que la Organización HSE ECUADOR C.L no cuenta con equipo y materiales de apariencia moderna y atractiva por lo cual se recomendó que adquieran o innoven su mobiliario ya que con esto se mejoró su posición competitiva.

2. ¿Las instalaciones de la Organización son visualmente atractivas?

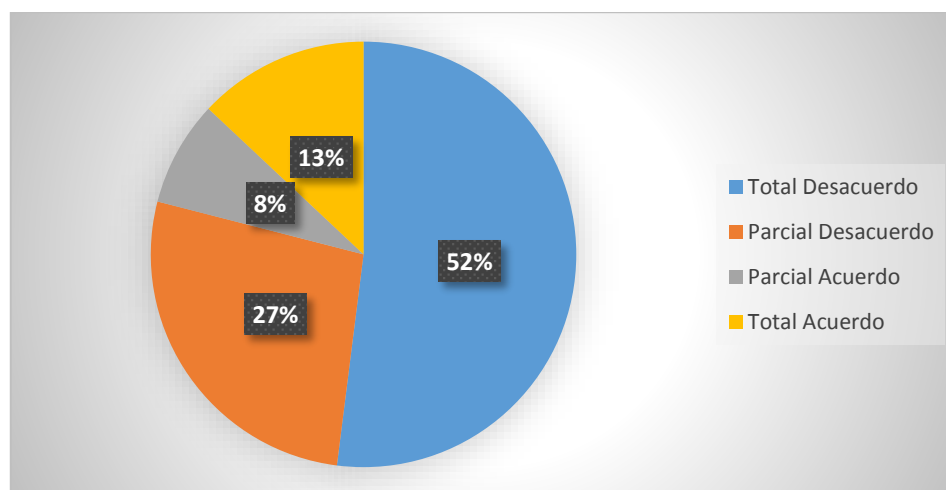
**Tabla 4:** Instalaciones atractivas

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 2 ¿Las instalaciones de la Organización son visualmente atractivas? | Total desacuerdo   | 52         | 52%        |
|   | Parcial desacuerdo | 27         | 27%        |
|   | Parcial acuerdo    | 8          | 8%         |
|   | Total acuerdo      | 13         | 13%        |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 2:** Instalaciones atractivas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Análisis:**

Mediante la encuesta aplicada se evidenció que el 52% de la población estaba totalmente desacuerdo, mientras que el 27% mencionaron estar parcial desacuerdo, el 8% estaba parcialmente de acuerdo y el 13% señaló estar en total acuerdo en lo que respecta a las instalaciones visualmente atractivas.

**Interpretación:**

La organización HSE Ecuador C.L no cuenta con las instalaciones vistosas a la percepción de los clientes, por lo que se sugirió adecuar las oficinas que no están en uso, para poder ampliar el establecimiento y así se logró la comodidad de los clientes tanto internos como externos.

3. ¿El personal de la organización tiene apariencia adecuada y pulcra?

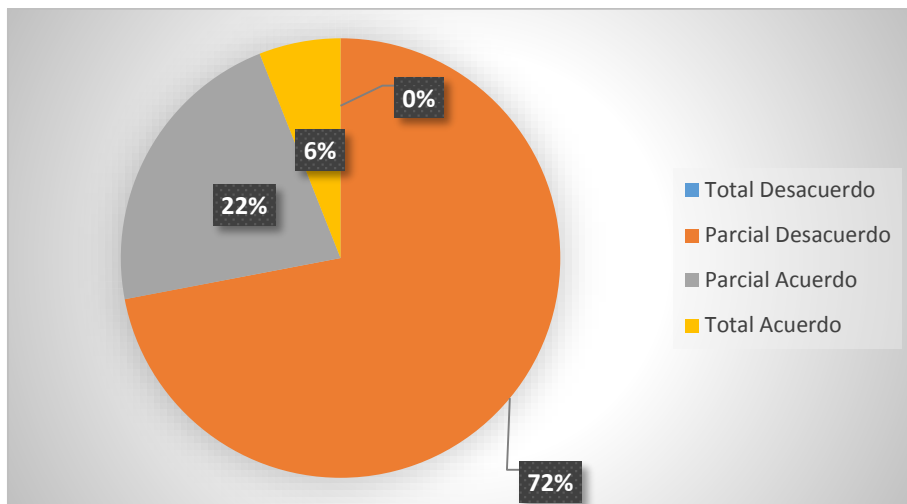
**Tabla 5:** Personal de apariencia adecuada y pulcra

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 3 ¿El personal de la organización tiene apariencia adecuada y pulcra? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 72         | 72%        |
|   | Parcial acuerdo    | 22         | 22%        |
|   | Total acuerdo      | 6          | 6%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 3:** Personal de apariencia adecuada y pulcra



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Análisis:**

Con respecto a los encuestados en lo que se refiere al personal de apariencia adecuada y pulcra el 72% estuvieron parcialmente desacuerdo, mientras que el 22% confirmaron estar parcialmente de acuerdo y por último el 6% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:**

En su mayoría el personal de la Organización no tenían apariencia adecuada y pulcra por lo cual se les recomendó a esta institución que mejore el aspecto físico de sus colaboradores para con los clientes ya que influyó mucho en la prestación del servicio.

## Confiabilidad

4. ¿Cuándo presenta una queja/problema, el personal muestra interés en resolverlo?

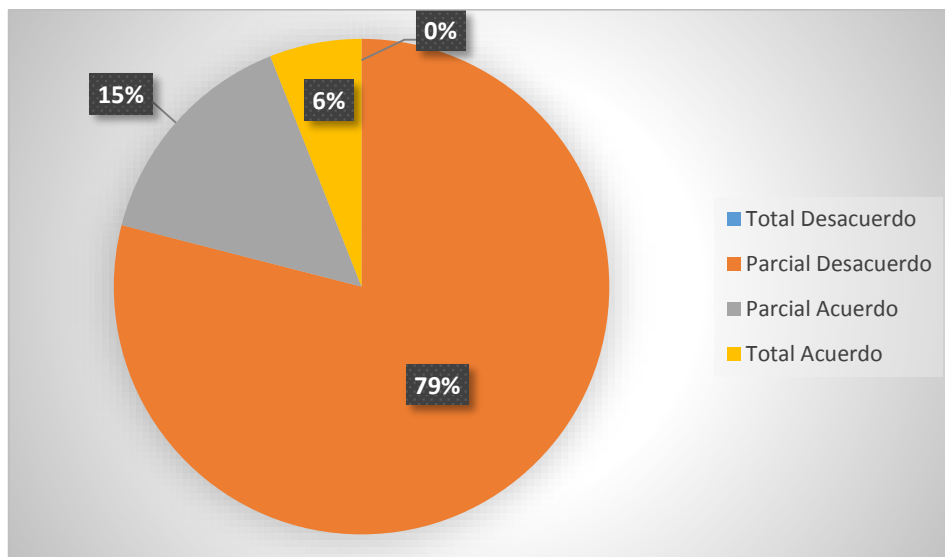
**Tabla 6:** Resolución de quejas/problemas

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 4 ¿Cuándo presenta una queja/problema, el personal muestra interés en resolverlo? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 79         | 79%        |
|   | Parcial acuerdo    | 15         | 15%        |
|   | Total acuerdo      | 6          | 6%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 4** Resolución de quejas/problemas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Los resultados arrojaron que el 79% de los encuestados estuvieron parcialmente desacuerdo el 15% dijeron estar parcialmente de acuerdo y un 6% total acuerdo.

### **Interpretación:**

El interés que mostró el personal de la Organización en solucionar tanto los problemas como las quejas de sus clientes era ineficiente por lo tanto no da mucha confiabilidad a sus usuarios y no creaba lealtad de los mismos.

5. ¿El personal de la organización realiza bien el servicio desde la primera vez?

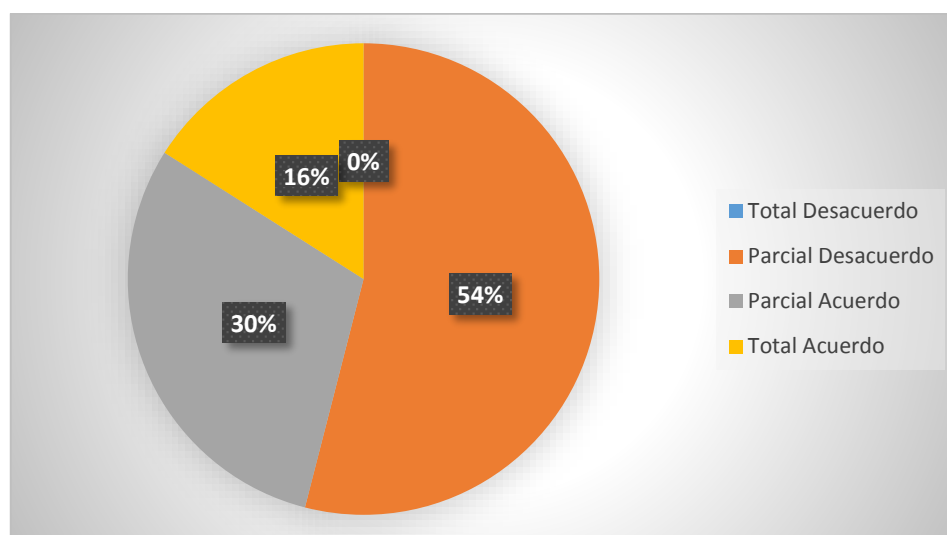
**Tabla 7: Buen servicio desde la primera vez**

| PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|--------------------|------------|------------|
| 5 ¿El personal de la organización realiza bien el servicio desde la primera vez? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|  | Parcial desacuerdo | 54         | 54%        |
|  | Parcial acuerdo    | 30         | 30%        |
|  | Total acuerdo      | 16         | 16%        |
|  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 5: Buen servicio desde la primera vez**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Del número total de encuestados un 54% estaban parcialmente desacuerdo a lo que se refirió a un buen servicio dado desde la primera vez, por otra parte un 30% reveló que estaban parcialmente de acuerdo y un 16% totalmente de acuerdo.

### **Interpretación:**

Según consideraron los encuestados el servicio dado desde la primera vez en la Organización HSE Ecuador C.L no era apto, ya que no se entregaba un buen servicio a los clientes y por ende no había una buena prestación hasta el final del curso.

6. ¿El personal de la organización le comunica cuando no va a prestar sus servicios y por qué?

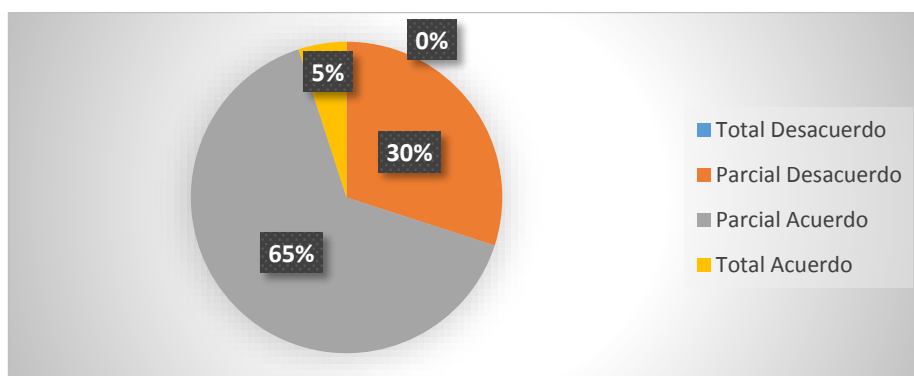
**Tabla 8:** Comunicación de no prestación de servicios

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 6 ¿El personal de la organización le comunica cuando no va a prestar sus servicios y por qué? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 30         | 30%        |
|   | Parcial acuerdo    | 65         | 65%        |
|   | Total acuerdo      | 5          | 5%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 6:** Comunicación de no prestación de servicios



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### Análisis:

Con respecto a esta pregunta se pudo evidenciar que el 65% de los encuestados estaban parcialmente de acuerdo en que el personal siempre comunicaba a sus clientes cuando no iban a prestar sus servicios y sus respectivas razones y/o justificaciones, el 30% señalaron que estaban en parcial desacuerdo y finalmente un 5% en total acuerdo.

### Interpretación:

El personal de la Organización sostenía una buena comunicación con sus clientes, es por ello que en el momento de no poder cumplir con un servicio la organización notificaba a tiempo a los usuarios justificando sus razones sin afectar los recursos de los mismos.

## Capacidad de respuesta

7. ¿La organización ofrece un servicio eficaz?

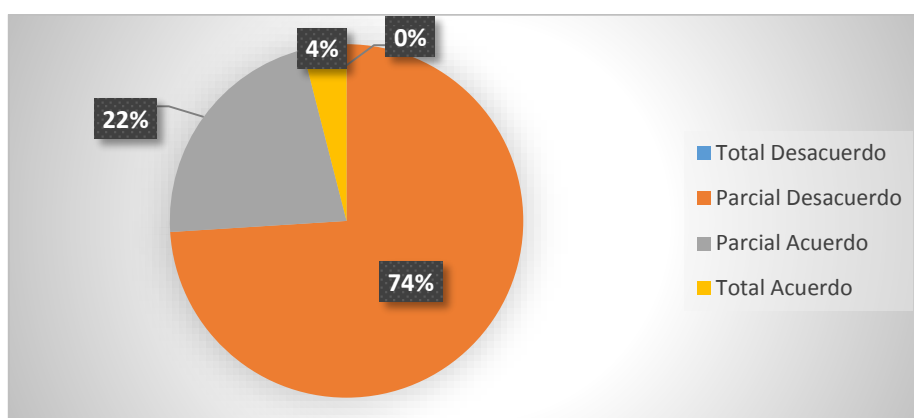
**Tabla 9:** Servicio Eficaz

| PREGUNTA                                      | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 7 ¿La organización ofrece un servicio eficaz? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 74         | 74%        |
|   | Parcial acuerdo    | 22         | 22%        |
|   | Total acuerdo      | 4          | 4%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 7:** Servicio eficaz



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### Análisis:

El 74% de la población mencionó estar parcialmente desacuerdo con lo que respecta a que la organización ofrece un servicio eficaz, mientras que el 22% señaló estar parcialmente de acuerdo y un 4% totalmente de acuerdo.

### Interpretación:

Por medio del gráfico se pudo evidenciar que la organización HSE Ecuador C.L no brindaba un servicio eficaz para con sus clientes es decir no cumplían con los resultados estipulados por el cliente con todos los beneficios y ventajas que conllevaba.



8. ¿Los empleados de la organización siempre están dispuestos a ayudarle?

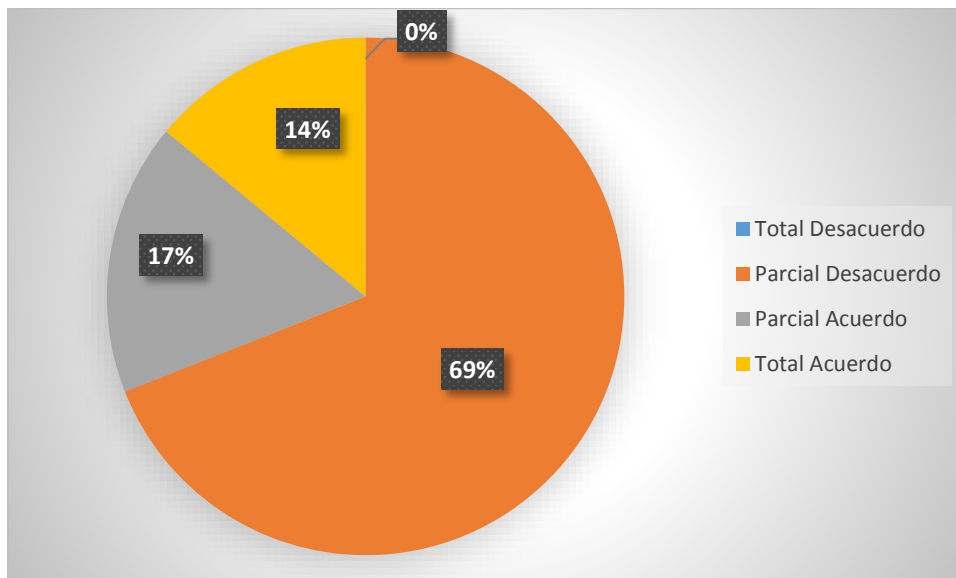
**Tabla 10:** Empleados dispuestos a ayudar

| PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|--------------------|------------|------------|
| 8 ¿Los empleados de la organización siempre están dispuestos a ayudarle? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|  | Parcial desacuerdo | 69         | 69%        |
|  | Parcial acuerdo    | 17         | 17%        |
|  | Total acuerdo      | 14         | 14%        |
|  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 8:** Empleados dispuestos a ayudar



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### Análisis:

El 69% estaba parcialmente desacuerdo con la pregunta que mencionaba que los empleados de la organización estaban dispuestos a ayudar siempre y el 17% indicó que estaban parcialmente de acuerdo y de ahí un 14% totalmente de acuerdo.

### Interpretación:

Los empleados de la Organización no siempre estaban dispuestos a ayudar en lo que el cliente requería, es por ello que no pudieron conseguir una buena relación entre los usuarios y empleados para el éxito de la organización.

9. ¿Los empleados de la organización le comunican oportunamente como es el proceso para sus servicios?

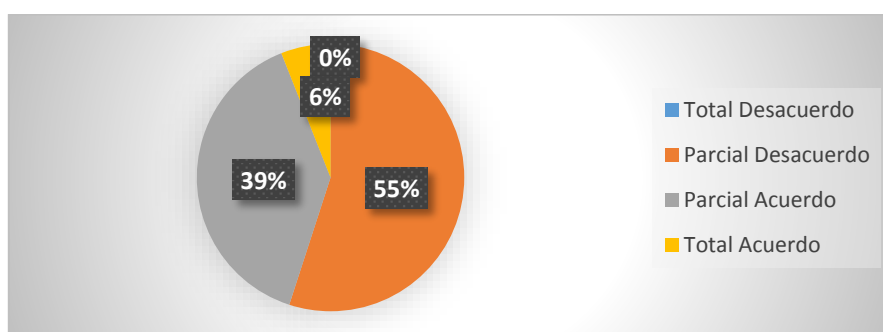
**Tabla 11:** Comunicación del proceso de sus servicios

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| ¿Los empleados de la organización le comunican oportunamente como es el proceso para sus servicios? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 55         | 55%        |
|   | Parcial acuerdo    | 39         | 39%        |
|   | Total acuerdo      | 6          | 6%         |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 9:** Comunicación del proceso de sus servicios



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Con respecto al número de encuestados el 55% estaban parcialmente desacuerdo respecto a que si había comunicación del proceso de sus servicios, el 39% estaban parcialmente de acuerdo y un 6% totalmente de acuerdo.

### **Interpretación:**

En la organización no solo se debió transmitir la información a los colaboradores sino también era de suma importancia comunicar de modo simple los procesos de sus servicios a sus clientes para que los mismos comprendan porque fue necesario que existieran dichos procedimientos y en que los beneficio a ellos y a la Organización.

## Seguridad

10. ¿El comportamiento del personal de la organización le inspira confianza?

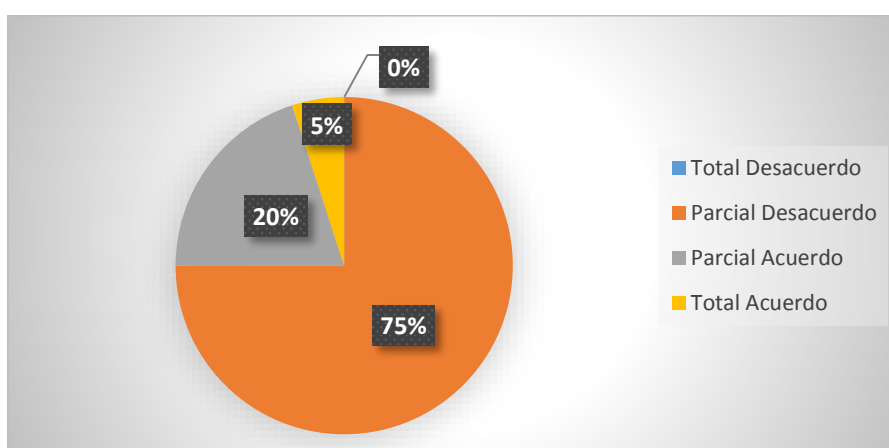
**Tabla 12:** Comportamiento que inspira confianza

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA           | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|-----------------------|------------|------------|
| 10<br>¿El<br>comportamiento<br>del personal de<br>la organización<br>le inspira<br>confianza? | Total desacuerdo      | 0          | 0%         |
|   | Parcial<br>desacuerdo | 75         | 75%        |
|   | Parcial acuerdo       | 20         | 20%        |
|   | Total acuerdo         | 5          | 5%         |
|   | Total                 | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 10:** Comportamiento que inspira confianza



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Se puede observar que el 75% de la población menciona que estaba parcialmente desacuerdo, el 20% que estaba parcialmente de acuerdo y finalmente el 5% señalaron que estaban totalmente de acuerdo.

### **Interpretación:**

El comportamiento del personal no inspiró confianza a los clientes que acudieron a la organización a recibir el servicio puesto que el comportamiento de los empleados debió ser auténtico a la percepción de los clientes ya que pudieron necesitar un impulso adicional en términos de confianza.

11. ¿Los empleados de la organización son siempre amables con usted?

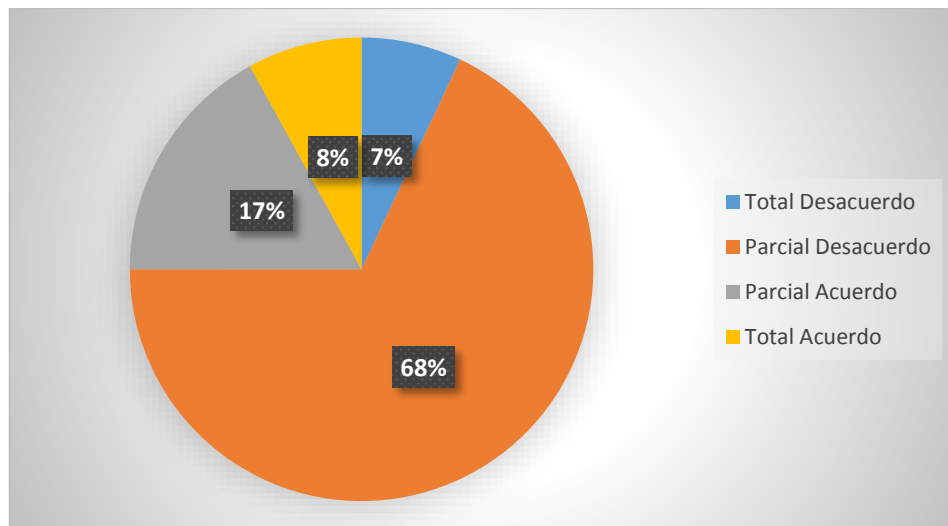
**Tabla 13:** Empleados amables con el cliente

|    | PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----|--|--------------------|------------|------------|
| 11 | ¿Los empleados de la organización son siempre amables con usted? | Total desacuerdo   | 7          | 7%         |
|    |  | Parcial desacuerdo | 68         | 68%        |
|    |  | Parcial acuerdo    | 17         | 17%        |
|    |  | Total acuerdo      | 8          | 8%         |
|    |  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 11:** Empleados amables con el cliente



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

El 68% de los encuestados señalaron que están parcialmente desacuerdo, el 17% estaba parcialmente de acuerdo, el 8% estaba parcialmente de acuerdo y que el 7% en totalmente desacuerdo.

### **Interpretación:**

Los empleados de la organización en su mayoría no fueron amables con los clientes, se recomendó fortalecer el proceso de vinculación entre el cliente y la organización puesto que el mismo contribuyo fundamentalmente al factor emocional, generando relaciones duraderas que alcanzo un buen servicio al cliente.

12. ¿El personal tiene los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

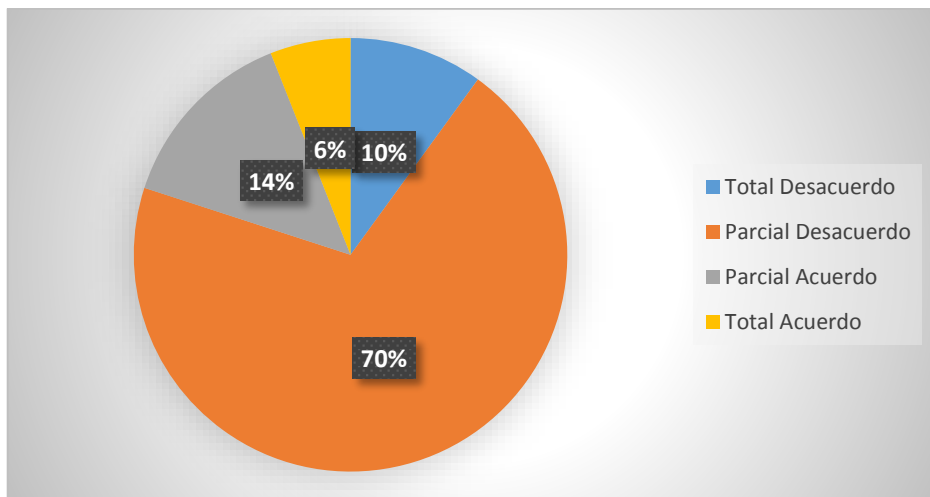
**Tabla 14:** Personal con conocimientos al responder preguntas

|           | <b>PREGUNTA</b>  | <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|-----------|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>12</b> | ¿El personal tiene los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas? | Total desacuerdo   | 10                | 10%               |
|           |  | Parcial desacuerdo | 70                | 70%               |
|           |  | Parcial acuerdo    | 14                | 14%               |
|           |  | Total acuerdo      | 6                 | 6%                |
|           |  | Total              | 100               | 100%              |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 12:** Personal con conocimientos al responder preguntas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Análisis:**

Esta pregunta arrojó que un 70% de los encuestados indicaron estar parcialmente desacuerdo, el 14% indicaron estar parcialmente de acuerdo y el 10% afirmo que estaban totalmente desacuerdo y finalmente el 6% en totalmente de acuerdo.

**Interpretación:**

La mayoría de los capacitadores no contaron con los conocimientos necesarios para resolver las inquietudes de los clientes, lo que reflejó la preparación de los profesionales, por lo que se recomendó argumentar las dudas existentes de los usuarios además se fortaleció y apropió más de los conocimientos que se desarrollaron en las capacitaciones.

## Empatía

13. ¿Los empleados de la organización le brindan una atención personalizada?

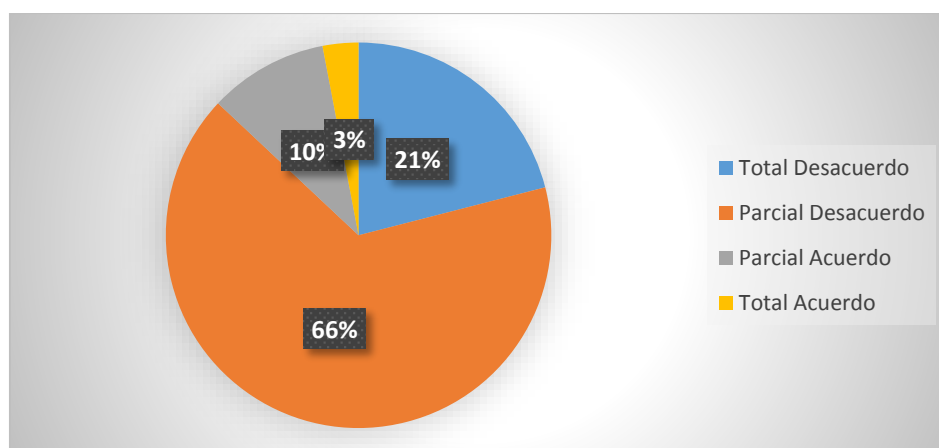
**Tabla 15: Brindan atención personalizada**

|           | PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------|--|--------------------|------------|------------|
| <b>13</b> | ¿Los empleados de la organización le brindan una atención personalizada? | Total desacuerdo   | 21         | 21%        |
|           |  | Parcial desacuerdo | 66         | 66%        |
|           |  | Parcial acuerdo    | 10         | 10%        |
|           |  | Total acuerdo      | 3          | 3%         |
|           |  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 13: Brindan atención personalizada**



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Con respecto a los empleados de la organización el 66% señalaron que estaban parcialmente desacuerdo en que brindaron una atención personalizada y un 21% indicaron estar totalmente desacuerdo, el 10% estaban parcialmente de acuerdo y para finalizar un 3% que totalmente de acuerdo.

### **Interpretación:**

La atención personalizada fue imprescindible para obtener los resultados deseados, a más de ello esto le sirvió a la empresa para diferenciarse de los competidores, sin embargo individualizar el servicio requirió de un valor superior que dependía de cada cliente si estaban dispuestos a pagar para conseguir la atención que desea.

14. ¿La organización ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades de los clientes?

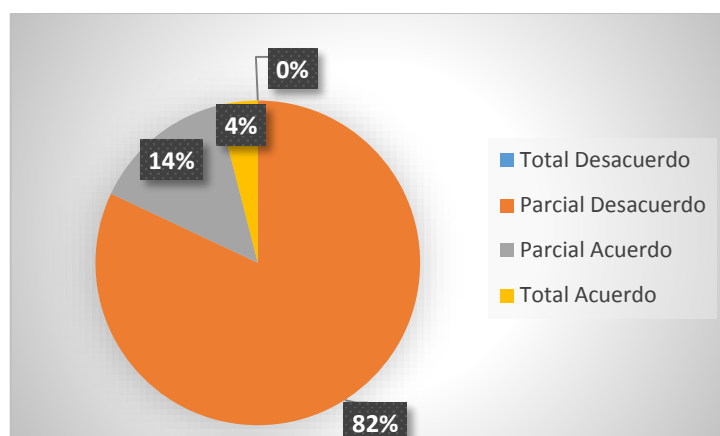
**Tabla 16:** Horarios de servicio conveniente

| PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|--------------------|------------|------------|
| 14 ¿La organización ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades de los clientes? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|  | Parcial desacuerdo | 82         | 82%        |
|  | Parcial acuerdo    | 14         | 14%        |
|  | Total acuerdo      | 4          | 4%         |
|  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 14:** Horarios de servicio conveniente



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### Análisis:

De acuerdo a la población encuestada, el 82% mencionaron estar en parcial desacuerdo sobre los horarios de servicio conveniente a las necesidades de los clientes, el 14% indicaron estar parcialmente de acuerdo y el 4% totalmente de acuerdo.

### Interpretación:

La organización en su mayor parte no ofreció horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes, se recomendó tener horarios flexibles ya que los empleados como los clientes se beneficiaron de días adicionales para realizar otras actividades que aporten a su equilibrio profesional y de su vida privada.

15. ¿La organización se preocupa por los intereses de sus clientes?

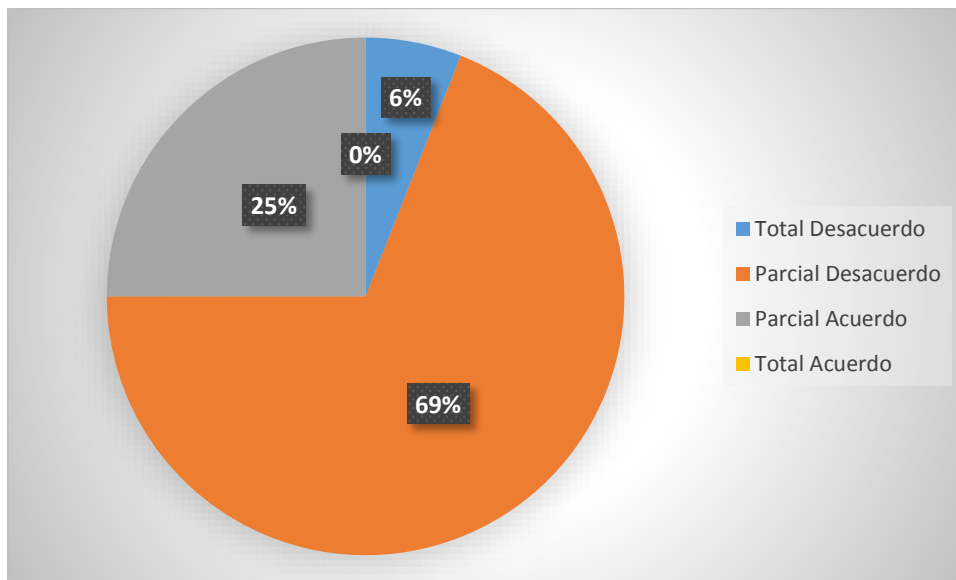
**Tabla 17:** Preocupación por los clientes

|           | <b>PREGUNTA</b>   | <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|-----------|---|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>15</b> | ¿La organización se preocupa por los intereses de sus clientes? | Total desacuerdo   | 6                 | 6%                |
|           |   | Parcial desacuerdo | 69                | 69%               |
|           |   | Parcial acuerdo    | 25                | 25%               |
|           |   | Total acuerdo      | 0                 | 0%                |
|           |   | Total              | 100               | 100%              |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 15:** Preocupación por los clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Análisis:**

El 69% de la población señaló estar parcialmente desacuerdo en la pregunta encuestada sobre si la organización se preocupaba por los intereses de los clientes, un 25% reveló estar en parcial acuerdo y un 6% en total desacuerdo.

**Interpretación:**

Los clientes fueron fundamentales en el giro del negocio, por lo cual se preocuparon por sus intereses y así el cliente estaba satisfecho y se incentivó la fidelidad hacia la empresa.



### Satisfacción del cliente

16. ¿Resulta usted satisfecho una vez que hace uso del servicio de la organización?

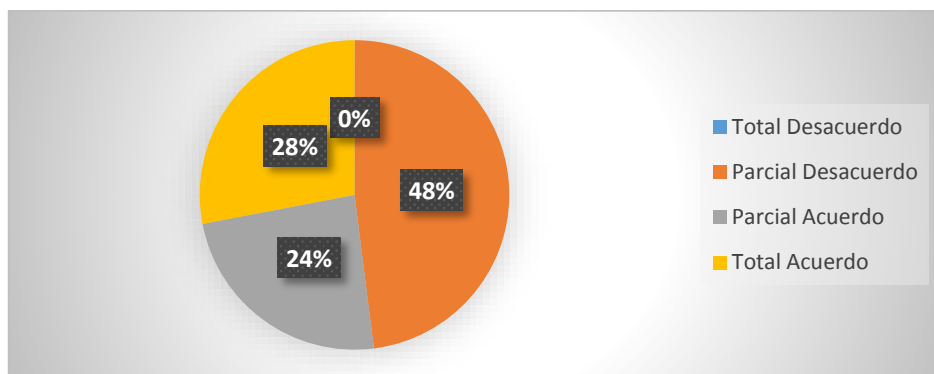
**Tabla 18:** Satisfacción después del uso del servicio

| PREGUNTA   | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|--------------------|------------|------------|
| 16 ¿Resulta usted satisfecho una vez que hace uso del servicio de la organización? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|  | Parcial desacuerdo | 48         | 48%        |
|  | Parcial acuerdo    | 24         | 24%        |
|  | Total acuerdo      | 28         | 28%        |
|  | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 16:** Satisfacción después del uso del servicio



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

#### Análisis:

Esta pregunta arrojó que el 48% de los encuestados consideraron estar parcialmente desacuerdo y resultaron satisfechos una vez que hicieron uso del servicio que brindó la organización, y el 28% indicó estar totalmente de acuerdo y para finalizar el 24% señalaron estar en parcial acuerdo.

#### Interpretación:

La satisfacción de un cliente una vez recibido el servicio es primordial para la Organización HSE Ecuador C.L ya que así demostró la capacidad de los colaboradores para con sus clientes en dar un buen servicio y crear en los clientes lo más importante que es su conformidad y/o satisfacción.

17. ¿Recomendaría usted el servicio a otra empresa o profesional?

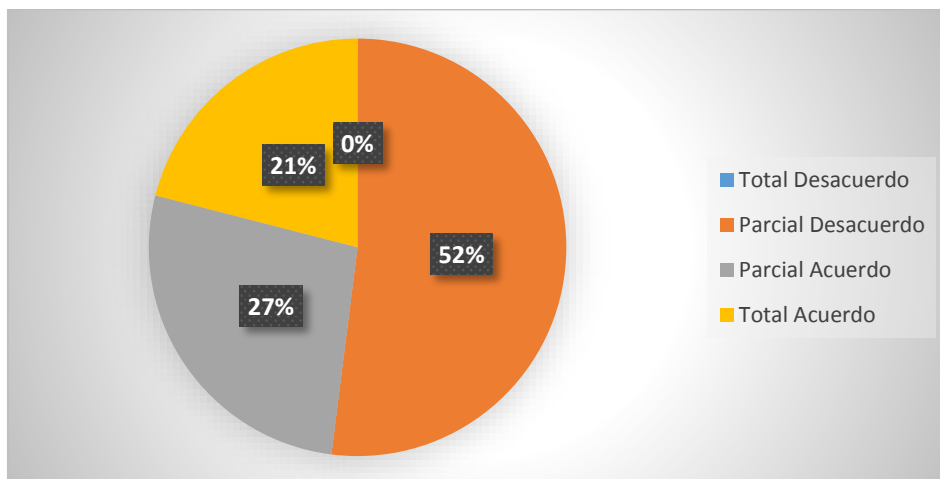
**Tabla 19:** Recomendación del servicio

| PREGUNTA  | ALTERNATIVA        | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|--------------------|------------|------------|
| 17<br>¿Recomendaría usted el servicio a otra empresa o profesional? | Total desacuerdo   | 0          | 0%         |
|   | Parcial desacuerdo | 52         | 52%        |
|   | Parcial acuerdo    | 27         | 27%        |
|   | Total acuerdo      | 21         | 21%        |
|   | Total              | 100        | 100%       |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 17:** Usted recomendaría el servicio a otra empresa o profesional



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### Análisis:

Con respecto a esta pregunta se indicó que el 52% de los encuestados estaban parcialmente desacuerdo en recomendar el servicio a una empresa o profesional, el 27% que estaban parcialmente de acuerdo y finalmente que apenas el 21% señaló estar en total acuerdo.

### Interpretación:

Dentro de la organización existía una gran cantidad de clientes que no recomendaron el servicio que presta la organización tanto a una empresa como a profesionales esto era un punto en contra para la compañía, puesto que no acaparó la mayor cantidad de clientes que ofrecía sus servicios.

18. ¿En general, el servicio prestado por la organización cumple con sus expectativas?

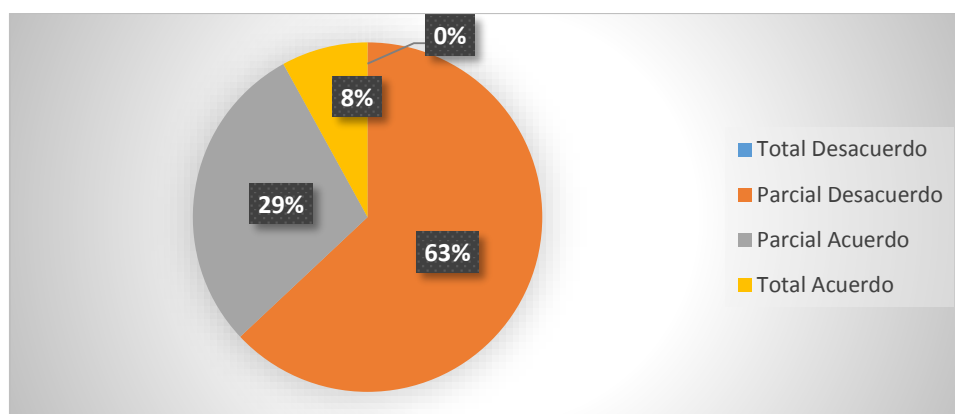
**Tabla 20:** El servicio prestado, cumple con sus expectativas

|           | <b>PREGUNTA</b>  | <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|-----------|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>18</b> | ¿En general, el servicio prestado por la organización cumple con sus expectativas? | Total desacuerdo   | 0                 | 0%                |
|           |  | Parcial desacuerdo | 63                | 63%               |
|           |  | Parcial acuerdo    | 29                | 29%               |
|           |  | Total acuerdo      | 8                 | 8%                |
|           |  | Total              | 100               | 100%              |

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

**Gráfico 18:** El servicio prestado, cumple con sus expectativas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la organización HSE Ecuador C.L

**Elaborado por:** Jhonny Corral

### **Análisis:**

Los resultados indicaron que un 63% de las personas encuestadas estaban en parcial desacuerdo en que el servicio prestado cumplía con las expectativas, un 29% indicaron estar parcialmente de acuerdo y el 8% en totalidad de acuerdo.

### **Interpretación:**

Cumplir con las expectativas del cliente fue fundamental ya que así se firmó su durabilidad a largo plazo sin embargo la organización no cumplía con este factor que era transmitir los conocimientos por parte de los capacitadores y de esta manera poder acaparar todas las inquietudes que tenían sus clientes manteniendo los lazos organización-cliente.

#### 4.1 Hipótesis

**Hipótesis Nula:** La calidad del servicio no influye en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

**Hipótesis Alternativa:** La calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

##### 4.1.1 Comprobación de la hipótesis

La chi cuadrada es una prueba estadística no paramétrica que se utiliza para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables, esta se simboliza con una  $X^2$ , comprueba hipótesis correlacionadas con variables de tipo nominal u ordinal (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

**Tabla N°21.-** Valores observados y esperados para las variables: Calidad del servicio y satisfacción del cliente

*Tabla 21: Calidad.Servicio\*Satisfacción.Cliente tabulación cruzada*

| FO | FE | FO-FE | (FO-FE) <sup>2</sup> | (FO-FE) <sup>2</sup> /FE |
|----|----|-------|----------------------|--------------------------|
| 10 | 5  | 5,00  | 25,00                | 5,00                     |
| 70 | 67 | 3,50  | 12,25                | 0,18                     |
| 14 | 22 | -7,50 | 56,25                | 2,62                     |
| 6  | 7  | -1,00 | 1,00                 | 0,14                     |
| 0  | 5  | -5,00 | 25,00                | 5,00                     |
| 63 | 67 | -3,50 | 12,25                | 0,18                     |
| 29 | 22 | 7,50  | 56,25                | 2,62                     |
| 8  | 7  | 1,00  | 1,00                 | 0,14                     |

**Valor Chi-cuadrado**

**15,89**

Elaborado por: Jhonny Corral

En la tabla N°21, se observa que la mayoría de los clientes de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba otorgan calificaciones desfavorables con respecto a la calidad de servicio, la misma que llega a afectar de manera directa la satisfacción de los clientes.

*Tabla 22: Prueba de Chi cuadrado para las variables: Calidad del servicio y satisfacción del cliente*

|                         | Valor | gl | Aceptación | Margen de error |
|-------------------------|-------|----|------------|-----------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 15,89 | 3  | 99.5       | 0.05            |

$x^2$  prueba >  $x^2$  tabla, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa

$$15.89 > 7.81$$

| gl | Valor-p |       |       |       |       |       |       |       |
|----|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    | 0.5     | 0.25  | 0.1   | 0.05  | 0.025 | 0.01  | 0.005 | 0.001 |
| 1  | 0.45    | 1.32  | 2.71  | 3.84  | 5.02  | 6.63  | 7.88  | 10.83 |
| 2  | 1.39    | 2.77  | 4.61  | 5.99  | 7.38  | 9.21  | 10.60 | 13.82 |
| 3  | 2.37    | 4.11  | 6.25  | 7.81  | 9.35  | 11.34 | 12.84 | 16.27 |
| 4  | 3.36    | 5.39  | 7.78  | 9.49  | 11.14 | 13.28 | 14.86 | 18.47 |
| 5  | 4.35    | 6.83  | 9.24  | 11.07 | 12.83 | 15.09 | 16.75 | 20.52 |
| 6  | 5.35    | 7.84  | 10.64 | 12.59 | 14.45 | 16.81 | 18.55 | 22.46 |
| 7  | 6.35    | 9.04  | 12.02 | 14.07 | 16.01 | 18.48 | 20.28 | 24.32 |
| 8  | 7.34    | 10.22 | 13.36 | 15.51 | 17.53 | 20.09 | 21.95 | 26.12 |
| 9  | 8.34    | 11.39 | 14.68 | 16.92 | 19.02 | 21.67 | 23.59 | 27.88 |
| 10 | 9.34    | 12.55 | 15.99 | 18.31 | 20.48 | 23.21 | 25.19 | 29.59 |
| 11 | 10.34   | 13.70 | 17.28 | 19.68 | 21.92 | 24.72 | 26.76 | 31.26 |
| 12 | 11.34   | 14.85 | 18.55 | 21.03 | 23.34 | 26.22 | 28.30 | 32.91 |
| 13 | 12.34   | 15.98 | 19.81 | 22.36 | 24.74 | 27.69 | 29.82 | 34.53 |
| 14 | 13.34   | 17.12 | 21.06 | 23.68 | 26.12 | 29.14 | 31.32 | 36.12 |
| 15 | 14.34   | 18.25 | 22.31 | 25.00 | 27.49 | 30.58 | 32.80 | 37.70 |
| 16 | 15.34   | 19.37 | 23.54 | 26.30 | 28.85 | 32.00 | 34.27 | 39.25 |
| 17 | 16.34   | 20.49 | 24.77 | 27.59 | 30.19 | 33.41 | 35.72 | 40.79 |
| 18 | 17.34   | 21.60 | 25.99 | 28.87 | 31.53 | 34.81 | 37.16 | 42.31 |
| 19 | 18.34   | 22.72 | 27.20 | 30.14 | 32.85 | 36.19 | 38.58 | 43.82 |

## **5. Conclusiones y recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

- Se analizó los principales conceptos que ayudaron en el desarrollo de la presente investigación, puesto que la calidad del servicio es fundamental e imprescindible dentro de la organización, la misma que es percibida por el cliente como la excelencia del servicio, mientras que la satisfacción del cliente es un estado de ánimo que resulta de la comparación entre las expectativas y el servicio ofrecido y así lograr un resultado positivo para satisfacer al cliente.
- Se identificaron las dimensiones de la calidad del servicio y fueron acaparados como más importantes para el análisis los siguientes: elementos tangibles; que se refiere a la apariencia de las instalaciones, personas y materiales, fiabilidad; se refiere a ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, capacidad de respuesta; es buscar respuestas de acuerdo a la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente, seguridad; menciona que es aludir al conocimiento y atención de los empleados para inspirar credibilidad y confianza, finalmente empatía; se refiere a brindar atención personalizada a sus clientes.
- Se describieron los niveles de satisfacción de los clientes, mismos que se refieren a la insatisfacción, satisfacción y complacencia. La insatisfacción se origina si el servicio no alcanza las expectativas del cliente, la satisfacción se establece cuando el servicio concuerda con las expectativas del cliente y la complacencia se causa cuando el servicio percibido supera las expectativas del cliente.

## **5.2 Recomendaciones**

- La organización HSE Ecuador C.L ha logrado tener calidad en sus servicios, no obstante al referirme a elementos tangibles recomendaría que las instalaciones sean visualmente atractivas, es decir poseer un lugar físicamente acogedor y de apariencia moderna.
- Los capacitadores cuentan con los conocimientos obligatorios para instruir a los clientes, sin embargo de acuerdo a la percepción de un número de clientes, se recomienda a los capacitadores, fortalecer, actualizar y apropiarse de los conocimientos puesto que los mismos son los que ayudan a solucionar problemas e inspirar la confianza de los clientes. A más de ello deberían ser asequibles con los horarios de trabajo ya que deben ser convenientes para todos sus clientes.
- Los usuarios no han superado sus expectativas sobre el servicio brindado por la organización, a pesar de ello se recomienda conocer mejor al cliente, empatizar con una diálogo enriquecedor que ayudar a derribar barreras tradicionales, la cual favorecerá a la organización a conseguir información valiosa para la satisfacción del cliente.

## 6. Propuesta

### 6.1 Título de la propuesta

Estrategias de mejoramiento en cuanto a satisfacción de los clientes.

### 6.2 Objetivos de la propuesta

#### 6.2.1 Objetivo general

- Proponer estrategias de mejoramiento para satisfacer a los clientes de la Organización HSE Ecuador C.L

#### 6.2.2 Objetivos específicos

- Diseñar un programa de capacitación que mejore la satisfacción de los clientes de la Organización HSE Ecuador C.L
- Proveer conocimientos y desarrollar habilidades de acuerdo a los requerimientos de los clientes de la Organización HSE Ecuador C.L

### 6.3 Desarrollo de la propuesta

#### 6.3.1 Estrategias de mejoramiento para la satisfacción del cliente

*Tabla 23: Programa de capacitación al personal*

| <b>Capacitación de satisfacción del clientes</b> |   |
|--|---|
| <b>Participantes</b>                             | Capacitadores de la organización  |
| <b>Moderador</b>                                 | Profesionales especializados en el área de satisfacción al cliente  |
| <b>Metodología</b>                               | Análisis de problemas de personal<br>Análisis de informes<br>Recepción de quejas<br>Grupos de discusión<br>Dinámicas grupales |
| <b>Recursos</b>                                  | Material didáctico<br>Laptop<br>Proyector   |
| <b>Ubicación</b>                                 | Salas de capacitación de la organización  |
| <b>Horario</b>                                   | 2 horas los fines de semana   |

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez



### 6.3.2 Programa de motivación al personal

*Tabla 24: Programa de motivación al personal*

| <b>Motivación del personal</b> |   |
|--------------------------------|---|
| Metas                          | Satisfacer a los clientes   |
| Incentivos                     | Premios a la familia del mejor empleado<br>Reconocimiento al mejor empleado<br>Elección de días libres y vacaciones<br>Flexibilidad en el horario |
| Participantes                  | Capacitadores de la organización  |
| Ubicación                      | Organización HSE Ecuador C.L  |

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez

### 6.3.3 Taller “Satisfacción del cliente”

*Tabla 25: Taller “Satisfacción del cliente”*

|  |
|--|
| Taller N° 1  |
| <b>Tema:</b> Satisfacción del cliente                  |
| <b>Fecha:</b> A establecer                             |
| <b>Horario:</b> de 16h00 a 18h00                       |
| <b>Participantes:</b> capacitadores de la Organización |

| <b>SUBTEMAS</b>                                     | <b>CONTENIDO TEMÁTICO</b>  | <b>RESPONSABLE</b>                       | <b>LUGAR</b>                            |
|---|--|--|---|
| Elementos que conforman la satisfacción del cliente | Rendimiento percibido<br>Niveles de satisfacción<br>Expectativas | Gerente de la Organización / Capacitador | Sala de capacitación de la Organización |
| Tipos de clientes                                   | Externos<br>Internos<br>Final<br>Intermedio<br>Potencial         |  |   |

Elaborado por: Jhonny Alexis Corral Ramírez

#### **6.4 Beneficios de la propuesta**

La aplicación de esta propuesta determinará de un impacto positivo para la Organización HSE Ecuador C.L de la ciudad de Riobamba, pues no solo será favorable para los capacitadores que pertenecen a la misma, sino también para los clientes que están ligados a la institución.

Capacitar al personal es fundamental para conseguir los objetivos planteados ya que de esta manera se va a incrementar la satisfacción de los clientes y se obtendrán nuevos conocimientos ya que se capacitará al personal de la Organización HSE Ecuador C.L.

#### **6.5 Perfil del capacitador**

Para conseguir los objetivos planteados, un capacitador debe crear seres exitosos y facilitar la enseñanza y su ejecución.

Perfil general:

- Interacción
- Trabajo grupal
- Comprometer y motivar
- Buscar distintas técnicas de aprendizaje
- Evitar rivalidades
- No tener preferencias

## 7. Bibliografía

- Alava & Bastidas. (2016). *"Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en puerto ayora, Isla Santa Cruz"*. Galápagos : Universidad Central del Ecuador- Sede Galápagos .
- Armstrong y Kotler . (2003). *Fundamentos del Marketing*. México: Prentice Hall Mexico.
- Berdugo, Barbosa y Prada. (2018). El servicio de calidad. En López, *Calidad del servicio y las satisfaccion de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil* (págs. 10-11). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Boubeta, B. (2007). *Fidelización del cliente*. Madrid: Ideas propias Editorial S.L.
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR- Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 65-68.
- Feijo. (2018). Finalidad de la calidad de servicio. En López, *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil* (pág. 9). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Fernández. (2014). Tipos de clientes. En Reyes, *Calidad del servicio para aumentar la satisfaccion del cliente de la asiciación Share, Sede Huehuetenango* (págs. 31,32,35). Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- García. (2014). *Gestión de la antencion del cliente o consumidor* . IC Editorial .
- García. (2018). Beneficios de la calidad. En López, *Calidad del servicio y las satisfaccion de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil* (pág. 27). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Gosso. (2008). *Hipersatisfacción del cliente*. Mexico: Panorama Editorial.
- Guashpa. (2018). *"La calidad de servicio de las Cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la satisfacción de los consumidores, período Junio 2015 - junio 2016"*. Riobamba : Universidad Nacional de Chimborazo.
- Hernández, et al. (2009). Calidad del Servicio y Recuerso Humano: caso estudio tienda para departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 14, No. 47, 460.

- Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista. (2014). ¿Qué es la Chi cuadrada o  $\chi^2$ . En H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 318). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- López. (2018). "*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*". Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- María López, Grisell Solórzano y Jesús Aceves. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El Buzón de Pacioli; Revista del departamento de Contaduría y Finanzas*.
- Marín. (2018). El servicio de calidad. En López, *Calidad del servicio y las satisfaccion de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (págs. 10-11). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Matsumoto Nishizawa, R. (Octubre de 2014). *Revista Perspectivas*. Obtenido de Revista Perspectivas: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es)
- Popper. (23 de Enero de 2018). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo\\_hipot%C3%A9tico-deductivo](https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_hipot%C3%A9tico-deductivo)
- RAE. (2016). *Real Academia Española*. España.
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. (2006). *Metodología de la Investigación- Cuarta Edición*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Sangüesa, M. y. (2016). Herramientas y técnicas de la calidad. En S. Liza, *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016* (págs. 20-21). Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Vaquero. (2018). Finalidad de la calidad de servicio. En López, *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (pág. 9). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Zeithaml. (1993). *Marketing de Servicios. Calidad Total en la gestión de servicios*. España.

## 8. Anexos

### 8.1. Encuesta



DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO DEL PROYECTO:** LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA ORGANIZACIÓN "HSE ECUADOR C.L." DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA.

**OBJETIVO:** Determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Organización "HSE ECUADOR C.L." de la ciudad de Riobamba.

**INDICACIONES:** Marque con una X en el casillero que usted crea conveniente, con la mayor sinceridad posible ya que estos datos serán utilizados para una investigación de campo. Muchas gracias por su atención.

**Evaluación de la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente**

| CALIDAD DEL SERVICIO  | Total<br>Desacuerdo | Parcial<br>Desacuerdo | Parcial<br>Acuerdo | Total<br>Acuerdo |
|---|---------------------|-----------------------|--------------------|------------------|
| <b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>  |                     |                       |                    |                  |
| 1. La Organización cuenta con el equipo y materiales de apariencia moderna y atractiva.                     |                     |                       |                    |                  |
| 2. Las instalaciones de la Organización son visualmente atractivas.   |                     |                       |                    |                  |
| 3. El personal de la Organización tiene apariencia adecuada y pulcra.                                       |                     |                       |                    |                  |
| <b>CONFIABILIDAD</b>  |                     |                       |                    |                  |
| 1. Cuando presenta alguna queja y/o problema, el personal de la organización muestra interés en resolverlo. |                     |                       |                    |                  |
| 2. El personal de la organización realiza bien el servicio desde la primera vez.                            |                     |                       |                    |                  |
| 3. El personal de la organización le comunica cuando no va a prestar sus servicios y porqué.                |                     |                       |                    |                  |
| <b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>   |                     |                       |                    |                  |
| 1. La organización ofrece un servicio eficaz.   |                     |                       |                    |                  |
| 2. Los empleados de la organización siempre están dispuestos a ayudarle.                                    |                     |                       |                    |                  |
| 3. Los empleados de la organización le comunica oportunamente como es el proceso para sus servicios.        |                     |                       |                    |                  |
| <b>SEGURIDAD</b>  |                     |                       |                    |                  |
| 1. El comportamiento del personal de la organización le inspira confianza.                                  |                     |                       |                    |                  |
| 2. Los empleados de la organización son siempre amables con usted.  |                     |                       |                    |                  |
| 3. El personal tiene los conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.                          |                     |                       |                    |                  |
| <b>EMPATÍA</b>  |                     |                       |                    |                  |
| 1. Los empleados de la organización le brindan una atención personalizada.                                  |                     |                       |                    |                  |
| 2. La organización ofrece horarios de servicio conveniente a las necesidades de los clientes.               |                     |                       |                    |                  |
| 3. El personal se preocupa por los intereses de sus clientes.   |                     |                       |                    |                  |
| <b>SATISFACCIÓN AL CLIENTE</b>  |                     |                       |                    |                  |
| 1. Resulta usted satisfecho una vez que hace uso del servicio de la organización.                           |                     |                       |                    |                  |
| 2. Recomendaría usted el servicio a otra empresa o profesional.   |                     |                       |                    |                  |
| 3. En general, el servicio prestado por la organización cumple con sus expectativas.                        |                     |                       |                    |                  |

## 8.2 Operacionalización de las variables

Variable Independiente: La calidad del servicio

| CONCEPTO   | CATEGORIA                              | INDICADORES  |
|--|--|--|
| Para Hernández, Chumaceiro, Atencio (2009), “la calidad de servicio es un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, cónsona, un compromiso de todos, dentro de un proceso continuo de evaluación y mejoramiento, para ganar la lealtad del cliente y diferenciarse de la competencia como estrategia de beneficio”. | Dimensiones de la calidad del Servicio | Dimensiones para medir la calidad del servicio <ul style="list-style-type: none"><li>• Fiabilidad</li><li>• Sensibilidad</li><li>• Seguridad</li><li>• Empatía</li><li>• Elementos Tangibles</li></ul> |

Variable dependiente: La satisfacción del cliente

| CONCEPTO   | CATEGORIA   | INDICADORES  |
|--|---|--|
| <p>Según la RAE (2016), el término satisfacción, en su segunda acepción, se puede afirmar que es la “razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. Sin embargo desde el punto de vista del Marketing, la satisfacción es el grado en que el desempeño percibido concuerda con las expectativas del comprador (Armstrong y Kotler , 2003).</p> | Elementos que conforman la satisfacción del cliente | <ul style="list-style-type: none"><li>• Rendimiento percibido</li><li>• Niveles de satisfacción</li><li>• Las expectativas</li></ul> |

### 8.3 Matriz Lógica

| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA   | OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN   | HIPÓTESIS  |
|--|--|--|
| <p><b>Formulación del problema:</b></p> <p>¿Cómo influye la Calidad del Servicio y la Satisfacción al cliente de la Organización “HSE Ecuador C.L” de la Ciudad de Riobamba?</p>   | <p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.</p>   | <p><b>Hipótesis de Investigación:</b></p> <p><b>H1:</b> La calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.</p> <p><b>H0:</b> La calidad del servicio no influye en la satisfacción del cliente de la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.</p> |
| <p><b>Problemas derivados</b></p> <p>Pr1: ¿Cuáles son los principales conceptos que ayuden como cimiento para determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba?</p> | <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>OE1: Analizar los principales conceptos que ayuden como cimiento para determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.</p> |  |



---

Pr2: ¿Qué dimensiones están presentes en la calidad del servicio en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba?

OE2: Identificar las dimensiones de la calidad del servicio en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

---

Pr3: ¿Cuáles son los niveles de satisfacción de los clientes en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba?

OE3: Describir los niveles de satisfacción de los clientes en la Organización “HSE ECUADOR C.L” de la ciudad de Riobamba.

---