



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE
TELEFONÍA MÓVIL CLARO: “NC
COMUNICACIONES”, EN LA CIUDAD DE BAGUA
GRANDE, 2018.**

Autora:

Bach. Anali Delgado Diaz

Asesor:

Dr. River Chávez Santos

BAGUA GRANDE – PERÚ

2019



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE
TELEFONÍA MÓVIL CLARO: “NC
COMUNICACIONES”, EN LA CIUDAD DE BAGUA
GRANDE, 2018.**

Autora:

Bach. Anali Delgado Diaz

Asesor:

Dr. River Chávez Santos

BAGUA GRANDE – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A **Dios** ser supremo e infinito por darme la ilusión de vivir a lado de los seres que más amo e iluminarme por el camino del bien, conquistando la profesión que anhelo.

A mis padres **Eustaquio** y **Silvia** quienes a pesar de la adversidad que les ha tocado vivir han estado siempre presente en mi vida dándome la fuerza necesaria para culminar mis estudios.

A mis hermanas **Leydi** y **Sadith** compañeras inseparables, confidentes de mi ilusión de vida y fortaleza para continuar con mis estudios hasta ver concretizada mi carrera profesional.

Anali

AGRADECIMIENTO

Al Dr. **Policarpio Chauca Valqui** Rector de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza – Amazonas, por sus sabias orientaciones y capacidad de liderazgo frente a esta casa superior de estudio, poniendo sus buenos oficios ante las autoridades competentes y logras proyectos educativos a favor de la juventud utcubambina y de la región Amazonas.

Al Mg. **Cecil Wilmer Burga Campos**, Coordinador Académico de la sección Utcubamba por facilitarnos de manera amable y profesional las orientaciones correspondientes para tramitar los expedientes requeridos y cumplir de esa manera con nuestras obligaciones como estudiantes hasta la obtención del grado académico.

Al Dr. **River Chávez Santos**, por sus sabias orientaciones como asesor del trabajo de investigación quien en el momento adecuado supo apoyarme para levantar las observaciones realizadas por los jurados y darle el rigor académico que la universidad exige a sus estudiantes.

La autora.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI

Rector

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN

Vicerrector Académico

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN

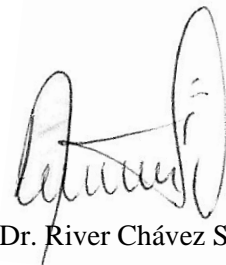
Vicerrectora de Investigación

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR

En mi calidad de docente de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, yo River Chávez Santos, que suscribo, hago constar que he asesorado la ejecución y elaboración del informe de la tesis titulado: “Calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: “NC Comunicaciones”, en la ciudad de Bagua Grande, 2018”, de la tesista Analí Delgado Díaz egresada de la Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la UNTRM – Amazonas.



Dr. River Chávez Santos

Bagua Grande, julio de 2019



ANEXO 3-K

**DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

Yo ANALI DELGADO DIAZ

identificado con DNI N° 31070036 Estudiante()/Egresado (X) de la Escuela Profesional de
ADMINISTRACION DE EMPRESAS de la Facultad de:
CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la Tesis titulada: CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE
TELEFONIA MOVIL CLARO: "NC COMUNICACIONES", EN LA CIUDAD
DE BAGUA GRANDE, 2018

que presento para
obtener el Título Profesional de: LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, y para su realización se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La Tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La Tesis presentada no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. La información presentada es real y no ha sido falsificada, ni duplicada, ni copiada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la Tesis para obtener el Título Profesional, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para la UNTRM en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la Tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que la Tesis para obtener el Título Profesional haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, 20 de NOVIEMBRE de 2019

Firma del(a) tesista



ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 27 de Noviembre del año 2019, siendo las 9:03 horas, el aspirante Anali Delgado Díaz

defiende en sesión pública la Tesis titulada: Calidad de Servicio de la Empresa de Telefonía Móvil Celular "NC Comunicaciones" en la ciudad de Bagua Grande, 2018

para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente : Mg. Fernando R. Sánchez Altamirano
Secretario : Econ. Carlos R. Poémaje Oyanguren M.Sc.
Vocal : Mg. Cecil W. Burga Campos

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 9:43 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]

[Signature]
PRESIDENTE

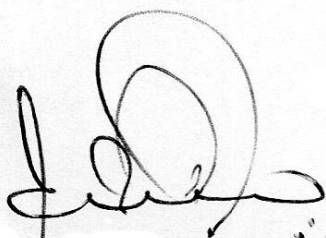
OBSERVACIONES: Desarrollar base teórica en sus resultados y conclusiones. Plazo de 7 días, incluyendo el parafraseo

JURADO EVALUADOR



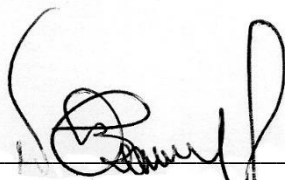
Mg. FERNANDO ROGELIO SÁNCHEZ ALTAMIRANO

PRESIDENTE



ECON. CARLOS RAÚL POEMAPE OYANGUREN

SECRETARIO



Mg. CECIL WILMER BURGA CAMPOS

VOCAL

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	v
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	vi
DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO DE TESIS	vii
ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	viii
JURADO EVALUADOR.....	ix
ÍNDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIALES Y MÉTODOS	29
2.1. METODOS.....	32
2.2. TECNICAS	32
III. RESULTADOS	35
3.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS.....	35
3.1.1. Identificación de las dimensiones de la calidad de servicio en base al modelo SERVQUAL	35
3.1.2. Comparación de los resultados según dimensiones de la calidad de servicio.....	40
3.1.3. Aplicación de la trilogía de Juran a NC Comunicaciones	41
IV. DISCUSIÓN.....	42
V. CONCLUSIONES.....	44
VI. RECOMENDACIONES	45
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	30
Tabla 2: Población	31
Tabla 3: Distribución porcentual de la dimensión intangibilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	35
Tabla 4: Distribución porcentual de la dimensión fiabilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	36
Tabla 5: Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018. ..	37
Tabla 6: Distribución porcentual de la dimensión seguridad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	38
Tabla 7: Distribución porcentual de la dimensión empatía de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	39
Tabla 8: Distribución porcentual de las dimensiones de la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución porcentual de la dimensión intangibilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	35
Figura 2: Distribución porcentual de la dimensión fiabilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	36
Figura 3: Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	37
Figura 4: Distribución porcentual de la dimensión seguridad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	38
Figura 5: Distribución porcentual de la dimensión empatía de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	39
Figura 6: Distribución porcentual de las dimensiones de calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.	40

RESUMEN

La investigación titulada. Calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: “NC Comunicaciones”, en la ciudad de Bagua Grande, 2018, responde al problema ¿Cuál es la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: “NC Comunicaciones” en la ciudad de Bagua Grande, 2018?. Tuvo como objetivo: Describir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” en la ciudad de Bagua Grande, 2018. El tipo de investigación es descriptiva, cuyo diseño de estudio corresponde a una investigación descriptivo simple. La muestra estuvo constituida por 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, a quienes se les aplicó el instrumento de evaluación titulado: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande. Obteniendo los resultados que las dimensiones como intangibilidad, capacidad de respuesta, y seguridad obtuvieron un alto porcentaje en el nivel de muy buena calidad de servicio con 57%, 56% y 57% respectivamente. Llegando a la conclusión que la empresa Claro NC comunicaciones brinda un servicio de buena calidad, debiendo de esforzarse para lograr dar un mejor servicio a sus clientes teniendo en cuenta las dimensiones en las que debe de trabajar como fiabilidad y seguridad.

Palabras Claves: calidad de servicio, fiabilidad, intangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

ABSTRACT

The research entitled. Quality of service of the Claro mobile phone company: “NC Comunicaciones”, in the city of Bagua Grande, 2018, answers the problem What is the quality of service of the Claro mobile phone company: “NC Comunicaciones” In the city of Bagua Grande, 2018. The type of research is descriptive, whose study design corresponds to a simple descriptive investigation. The sample consisted of 30 clients interviewed by the mobile telephone company “NC Comunicaciones” of Bagua Grande, to whom the evaluation instrument entitled: Questionnaire aimed at measuring the quality of service of the mobile telephone company Claro “NC was applied Comunicaciones” from the city of Bagua Grande. Obtaining the results that the dimensions such as intangibility, responsiveness, and security obtained a high percentage in the level of very good quality of service with 57%, 56% and 57% respectively. Coming to the conclusion that the Claro NC communications company provides a good quality service, it must strive to achieve a better service to its customers taking into account the dimensions in which it should work as reliability and safety.

Keywords: quality of service, reliability, intangibility, responsiveness, security and empathy.

I. INTRODUCCIÓN

Una de las aspiraciones centrales de toda empresa es brindar un excelente servicio que cumpla las expectativas de los clientes, pero lamentablemente esta aspiración en la mayoría de ellas, queda en una buena intención, porque en la práctica, prima el interés económico sobre el bienestar y satisfacción al ser humano. Lo mismo ocurre en la empresa telefónica móvil Claro que actualmente miles de clientes no están satisfechos con sus servicios ya que no están cumpliendo sus expectativas de acuerdo a la publicidad que muestra la empresa, siendo una debilidad que puede afectar a la empresa en el corto y largo plazo considerando la gran competencia en el mercado actual.

Murillo (2014), afirma que la mayoría de quejas en el servicio de telefonía, según los datos reportados por la Superintendencia de Industria y Comercio, se encuentran en Colombia, que en su mayoría son por mal servicio brindado al cliente, al no solucionar los problemas presentados en el tiempo establecido y oportuno afectando el desempeño normal de las actividades de los usuarios, ocasionándoles pérdida de tiempo y dinero (p.6).

Entre las principales reclamos presentados en la empresa Claro se encuentran relacionados con la facturación indevida a los clientes, representado por un 44,3 % de total, siendo preocupante ya que genera malestar en los clientes. También el 20 % reclama por cobro indebido de servicios complementarios y en menor medida pero considerable se encuentra los reclamos por deficiencias en calidad y prestación del servicio brindado por la empresa, representado por el 17,8 %. Por otro lado la empresa Movistar en Colombia presenta quejas en su mayoría por facturación indevida el 29,2 % siendo este porcentaje menor al compararlo con la empresa Claro que se dedican al mismo rubro (Murillo, 2013; p.6).

En Chile según Arrau y Pimenten (2017), indican que se encuentra en debate si se permite o no el ingreso de operadores móviles virtuales (OMV), ya que estos no tendrían una presencia física en el país, solo alquilarían equipos a otras operadoras para brindar sus servicios, es decir empresas revendedoras. El análisis continúa ya que algunos sectores se pueden perjudicar, por lo que es importante analizar todos los posibles efectos que se generarán para evitar conflictos y pérdidas económicas futuras, tanto para los ofertantes como para los demandantes del servicio (p.3).

Arrau y Pimenten (2017), afirman que el número de empresas que brindan el servicio de telefonía y redes móviles aún es limitado y esto debido entre muchos factores debido a la tecnología disponible en cada país y los costos que estos representan. También la regulación de este sector ha afectado en su crecimiento, ya que la excesiva regulación ha hecho que los procesos se vuelvan más tediosos y lentos por lo cual es necesario nuevas estrategias que permitan tener una industria más competitiva. Lo que significa que es necesario crear condiciones para abaratar costos y permitir el desarrollo de nuevos modelos de negocios, con mejores segmentaciones y mayor diversidad de servicios, pero no solo en beneficio de los productores sino también de los consumidores (p.4).

En México según Vera (2015), indica que los consumidores buscan precios accesibles del servicio de telefonía móvil y para analizar los precios del mercado en México se puede considerar el precio por minuto que pagan los consumidores, que si se compara con otros países como EE.UU se obtiene que en México a pesar de la competencia existente en el mercado, estos todavía son muy altos, considerándose como una estructura de mercado oligopólica, es decir que todavía las empresas tienen un poder alto para fijar precios. Pudiéndose solucionar permitiendo el ingreso de nuevas empresas en el sector estimulando la competencia y competitividad del sector en beneficio de los consumidores ya que accederían a un servicio de mejor calidad y al mejor precio (p.5)

Vera (2015), manifiesta la gran importancia de la empatía que tienen los empleados con el cliente ya que con ello se logra una mejor satisfacción y mejora la lealtad de los usuarios. La empatía por tanto es un factor clave para las empresas incluso se ubica en mejor posición comparándolo con el buen trato de los asesores o de que tan competentes son los trabajadores, siendo importante tenerlo en cuenta para el desarrollo de nuevas estrategias de venta de la empresa (p.6).

Vera hace de manifiesto que los clientes le dan una gran importancia a la empatía ya que valoran en gran escala si son atendidos por trabajadores que entienden sus problemas presentados con actitud sensible, poniéndose en lugar del cliente comprendiendo el malestar por el que están pasando. Esto ayuda a que se lleguen soluciones más satisfactorias y los clientes se vuelvan más leales a la empresa. Por lo

que se puede recomendar a las empresas de telefonía móvil que capaciten su personal en varios aspectos y no solo en la parte técnica, es necesario que los trabajadores adopten mejores respuestas para brindar solución a los problemas de los usuarios.

Según El Comercio (2017), en el 2016 la gran mayoría de los servicios móviles en el Perú redujo los porcentajes de sus ganancias medido por el indicador de reporte de beneficio bruto de su actividad. Las empresas prestadoras de este servicio son Movistar, Bitel, Entel, Claro, siendo la competencia cada vez más fuerte ya que el ritmo de crecimiento de nuevas líneas es más lento que antes por lo que las estrategias que utiliza cada empresa para atraer clientes de otras operadoras se vuelve intenso, asimismo la regulación del Estado está jugando un rol importante ya que ordenó la facilidad de portabilidad de número a otras operadoras. Para Claro su baja rentabilidad es por motivo de dos factores, el primero referido a la tecnología para brindar un servicio óptimo ya que demoró en la instalación de cobertura 4G y el segundo es referido a la regulación por parte del Estado está cambiando en los últimos años (p.3).

La regulación afecta a la empresa Claro ya que en la actualidad tiene que consultarse a la Reniec por los datos de sus futuros clientes a través de la identificación de huella biométrica lo cual ha incrementado los costos ya que en promedio se puede llegar a pagar un adicional de 10 millones de soles por este concepto. Se manifiesta que esta regulación brinda mayor seguridad para los clientes ya que otros no pueden sacar líneas a su nombre, pero para la empresa lo perjudica ya que a parte del costo extra el proceso se vuelve más lento (El comercio, 2017, p.3).

Las empresas operadoras móviles en el Perú han tenido diferentes desempeños en los últimos años así tenemos que Movistar cuenta con más de 17 millones de líneas móviles activas y le da el primer lugar en el mercado pero aun así su rentabilidad ha disminuido considerablemente debido a la facilidad de portabilidad ordenada por el ente regulador, Claro que se encuentra segundo en el mercado ha visto caer considerablemente sus ganancias y Entel que ha tenido un ritmo de crecimiento acelerado teniendo 4, 6 millones de líneas móviles activas pero que aún presenta pérdidas en su reporte de ganancias, manifestándose que la competencia en este sector se ha vuelto muy agresiva lo que también está influyendo en la baja de la rentabilidad de todas las operadoras. (El comercio, 2017, p.4).

La empresa de telefonía móvil Claro: NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018 atraviesa por la misma realidad problemática descrita, relacionada a la lucha constante de las empresas móviles competidoras quienes a ultranza tratan de dominar el mercado local, están presentes con mayor fuerza en la ciudad de Bagua Grande, Movistar, Claro y Bitel, siendo seleccionados por sus clientes en función a sus tarifas, trato de los trabajadores, cantidad y calidad de planes que ofertan y la presión que ejercen por retener a un cliente cuando quiere pasar de una empresa telefónica a otra. Ante este contexto la investigadora se formula la interrogante ¿Cuál es la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: “NC Comunicaciones” en la ciudad de Bagua Grande, 2018?

El estudio se justifica porque parte de una necesidad concreta de los beneficiarios quienes constantemente reclaman recibir un servicio de calidad en todos sus aspectos; es por ello que en la dimensión tangibilidad se ha priorizado el uso de letreros, señalizaciones, equipos y materiales y la limpieza, en la dimensión fiabilidad se trabaja con énfasis en el manejo de información, horarios, preguntas respuestas y citas; mientras que en la dimensión capacidad de respuesta se abordó temas como la atención al clientes con el servicio de internet, cable, servicio modem, uso de celulares; en la dimensión seguridad se abordó la privacidad en las conversaciones, el tiempo de atención y la confianza y, en la dimensión empatía se trabajó la amabilidad, interés para conversar, escucha del problema, explicación, acompañamiento y solución al problema.

Los beneficios sociales que el estudio ofrece está relacionado con las satisfacciones de los clientes porque permite el Servicio de la empresa de telefonía Claro NC Comunicaciones, apoya a los ciudadanos menores y adultos a estar intercomunicados con sus hogares, trabajo, centros de recreación haciendo uso de información actualizadas haciendo uso de internet, cable, Modem y celulares, los mismos que están relacionados con las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; tomando decisiones precisas y oportunas para que los clientes vayan satisfechos del servicio que están recibiendo.

En este contexto de análisis de la situación problemática la investigadora se **formula la siguiente interrogante:** ¿Cómo describir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: “NC Comunicaciones” en la ciudad de Bagua Grande, 2018?

El **objetivo general** sobre la cual versa el estudio es: Describir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: NC Comunicaciones en la ciudad de Bagua Grande, 2018.

Los objetivos que dan soporte al estudio son:

- Diagnosticar el estado actual de la calidad de servicio en base al modelo SERVQUAL de la empresa de telefonía móvil Claro: NC Comunicaciones en la ciudad de Bagua Grande; 2018.
- Identificar los elementos del modelo de servicio que ayudan a alcanzar la calidad para satisfacer a los usuarios de telefonía móvil.
- Comparar el estado actual la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro: NC Comunicaciones en la ciudad de Bagua Grande; 2018, entre dimensiones.

En cuanto a los **antecedentes internacionales** que dan soporte al estudio tenemos:

Alvarado (2014), en su tesis Servicio al cliente en las empresas de telefonía de la ciudad de Quetzaltenango. Universidad Rafael Landivar de Guatemala. Tuvo como objetivo: Analizar cómo se califica el servicio al cliente brindado por las empresas de telefonía de la ciudad de Quetzaltenango. Para alcanzar este objetivo se aplicó un diseño descriptivo, y como instrumento de recolección de datos se utilizaron 119 boletas de opinión de los usuarios del servicio, estructurada de 11 preguntas con escala tipo Likert y una entrevista dirigida a los gerentes de agencias instaladas en la Ciudad de Quetzaltenango, constituida de 10 preguntas. Llegando a las siguientes conclusiones:

- Actualmente en ambas empresas de Telefonía, Claro y Movistar, sí existen objetivos y políticas de calidad del servicio al cliente y se aplican en todas las áreas sistemáticamente.
- Ambas empresas: Claro y Movistar cuentan con incentivos para reconocer los logros alcanzados por el personal que se esfuerza por obtener los mejores resultados en cuanto servicio al cliente.
- Uno de los aspectos negativos del análisis se centra en el tiempo de espera y es una de las debilidades que el cliente percibe en relación a la atención al cliente de las empresas de telefonía con un 43%.

Garay, Ballestas y Amalia (2016), en su tesis Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía Móvil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través de SERVPERF. Universidad de Cartagena. Colombia. Tuvo como objetivo: Evaluar la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través de la metodología SERVPERF, durante el primer semestre de 2016. El estudio será de tipo descriptivo, de corte transversal y correlacional. Llegó a las siguientes conclusiones:

- Se tuvieron en cuenta los diversos operadores de cobertura en la ciudad de Cartagena, con lo cual fue posible asegurar la representatividad de cada uno de ellos, a la vez que permiten generalizar los resultados partiendo de la muestra estudiada.
- El procedimiento estadístico de correlación demostró que la satisfacción del cliente se relacionó de manera significativa con la percepción que tienen los usuarios de cada una de las dimensiones del servicio.
- Se concluyó que los impactos más positivos sobre la satisfacción se obtienen cuando los operadores mejoran las dimensiones de acceso a la comunicación y capacidad de respuesta.

Chávez (2015), en su tesis Análisis de las principales estrategias de negocio de las empresas de telecomunicaciones del Ecuador. Guayaquil – Ecuador. Tuvo como objetivo: Establecer un análisis de las principales estrategias de desarrollo tecnológico y su impacto en los principales indicadores de rentabilidad y operaciones en la empresa de telecomunicaciones Claro Ecuador – Guayaquil. Llegando a las siguientes conclusiones:

- El sector de las telecomunicaciones, junto al sector petrolero y el sector de las construcciones, son considerados como los principales dinamizadores de la economía ecuatoriana, en especial por la incursión de la inversión extranjera en los últimos años.
- En Ecuador existe tres operadoras de telefonía móvil que prestan sus servicios, teniendo como resultado un total de 16.335.780 líneas activas de usuarios, tanto en prepago como en post pago, según los datos estadísticos hasta julio de 2012.
- Actualmente uno de los principales indicadores del servicio para las empresas de telecomunicaciones es junto con la tecnología, el nivel de cobertura y el tipo de servicio que ofrecen a los usuarios.

Mejías (2015), en su tesis Impacto de la calidad del servicio y la gestión de las relaciones con el cliente sobre el abandono de la clientela en empresas de telefonía. Universidad Metropolitana. Caracas –Venezuela. Tuvo como objetivo: determinar el grado de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio brindada por las empresas de telefonía en Venezuela tomando como caso de estudio la empresa Telefónica Venezolana C.A. Estudio de campo con un nivel descriptivo, que surge por la necesidad de indagar porqué el cliente abandona una empresa debido a la insatisfacción con el servicio recibido. Llegando a las siguientes conclusiones:

- Los clientes en la dimensión tangibilidad consideraron que la empresa posee equipos de apariencia moderna, puesto que se observa un mobiliario sencillo, sofisticado, cómodo y de fácil acceso para el usuario.
- La Telefónica Venezolana posee una excelente publicidad puesto que es ampliamente reconocida y atractiva, ya que todos los clientes antes de hacer uso de los servicios y/o productos que ésta ofrece, siendo éstos considerados de calidad por los mismos.
- Con respecto a la dimensión fiabilidad, los clientes consideran que la empresa no ofrece respuestas oportunas, en vista de la espera que tienen que hacer, en el momento en que ésta las ofrece no es conveniente a sus necesidades.

En cuanto a los **antecedentes nacionales** que dan soporte al estudio tenemos:

Montes (2017), en su tesis Nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de claro en la ciudad de Iquitos. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos, Perú. Tuvo como objetivo: determinar el nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de Claro en la ciudad de Iquitos. Investigación de tipo Descriptiva y de diseño No Experimental, analizando el comportamiento de las Variables Independientes (calidad del servicio, cobertura, internet, precio del plan contratado, trato recibido) y de la Variable Dependiente (satisfacción del cliente). Llegando a las siguientes conclusiones:

- Los clientes de telefonía celular de Claro en la ciudad de Iquitos, muestran un nivel de satisfacción considerado como Bueno, de acuerdo a la respuesta del 74.77% de los encuestados, en el periodo diciembre 2016.

- La Cobertura o Alcance del Servicio y la Velocidad de Internet influyen en la satisfacción de los clientes de telefonía celular de Claro. En cambio, el “Trato Recibido” no influye en el nivel de satisfacción.
- Los clientes de telefonía celular de Claro en la ciudad de Iquitos, consideran como “Adecuada” la relación entre el precio que pagan por el plan contratado y el servicio recibido.

Fernández (2014), en su tesis Estudio de la calidad de servicio de las Redes Móviles en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima – Perú. Tuvo como objetivo: Mejorar la calidad de servicio en redes móviles. Investigación aplicada – explicativa. Llegando a las siguientes conclusiones:

- Es necesario proteger los intereses de los usuarios/clientes de los servicios de telecomunicaciones, promoviendo la competencia leal y buscar un equilibrio entre las inversiones que los operadores realizan y el grado de satisfacción de los usuarios/clientes.
- Considerar el acceso a la información de indicadores de calidad (QoS) como un elemento clave del sistema de regulación, que incentive la competencia y permita a los usuarios/clientes, operadores y entes de regulación cumplir con sus respectivos roles.
- La QoS se regula mediante el establecimiento de parámetros de calidad cuyos valores objetivos están en la norma establecida por OSIPTEL y deberán ser cumplidos de forma obligatoria por los operadores.

Silva (2017) en su tesis Modelo óptimo de la calidad y del tiempo de la atención en el servicio que brindan las operadoras de telefonía celular de la región Lambayeque. Universidad César Vallejo. Lambayeque – Perú. Tuvo como objetivo: construir un modelo que optimiza la calidad y el tiempo de atención, de acuerdo a los factores que los sustentan, por operador de Telefonía Celular de la Región Lambayeque. El tipo de investigación fue descriptiva, observacional, prospectiva., con diseño descriptivo. Llegando a las siguientes conclusiones:

- El nivel de calidad y tiempo de la atención en el servicio antes de construir el modelo está por debajo de lo esperado, creando incomodidad, malestar e insatisfacción por parte de los usuarios.

- Con respecto al estudio piloto en cuanto a la optimización de la calidad y tiempo durante todo el proceso que se aplicó a la Operadora Bitel, mostraron menor índice de insatisfacción, logrando equilibrio y conformidad en los usuarios.
- Se encontraron diferencias significativas, por lo que el estudio piloto mejora significativamente el nivel de satisfacción del usuario y preferencia del mismo, Bitel presentó un menor tiempo de esperar en cola y disminuyendo la atención por parte del asesor comercial.

En cuanto a las **bases teóricas** se abordó a través de la teoría de la Administración total de la calidad según Risco (2017). Es una serie de principios a seguir por toda la organización a priori de conseguir calidad y productividad bajo la correcta administración de la compañía. Algunos lo ven como maximizar productividad mientras se minimizan los costos (p.1).

Hace énfasis en los objetivos del negocio principalmente en calidad, varias políticas, prácticas y filosofías gerenciales que soporten dichos objetivos y aumenten la calidad ya sea del producto o servicio, enfocándolo al cliente, se observa más que como un concepto una filosofía, la cual sirve de base para el desarrollo de muchos otros conceptos., desarrollo de herramientas y demás. (Risco, 2017, p.1)

Los Japoneses identifican tres principales dimensiones de TQM: Administración Diaria, Hoshin /Manejo de Políticas y la Administración Multi Funcional.

Para Risco (2017), la importancia de TQM reside principalmente en el enfoque estratégico que mantiene con la organización por ello es necesario mostrar las características que conlleva aplicar un modelo de TQM en la organización.

- La satisfacción del cliente, en el plano interno y externo, es la fuerza motriz de los esfuerzos por la calidad. Por lo tanto, las empresas deben determinar cuáles son las necesidades de los clientes y establecer nuevas estrategias que permitan una mejor satisfacción de los clientes.
- Los directivos principales deben actuar con determinación para establecer la calidad como valor fundamental que ha de incorporarse a las normas administrativas de la compañía.
- Los conceptos de calidad han de exponerse claramente e integrarse plenamente a todas las actividades de la compañía.

- Los directivos deben establecer un ambiente empresarial que permita la participación de todos los empleados para mejorar la calidad.
- Las compañías deben dirigir su atención a la participación del personal, el trabajo colectivo y la capacitación en todos los niveles. Esta atención deberá reforzar el compromiso del personal a mejorar constantemente la calidad.
- Los sistemas de Administración de la Calidad Total, para que tengan éxito, deben basarse en un método continuo y sistemático de recopilación, evaluación y administración de datos.
- Los proveedores deben estar asociados plenamente a la Administración de la Calidad. La estrecha relación entre proveedores y productores es mutuamente beneficiosa.

Según Jurán (2015), plantea que mejorar proyecto a proyecto, sólo por prueba y error, produce buenos resultados, aunque con un alto costo. El secreto está en la planificación, en eliminar esos problemas de raíz, que provenían del propio diseño del producto y sus procesos. La planificación es el remedio para esas enfermedades crónicas.

El consultor y experto de la calidad rumano Joseph Juran propuso que una correcta Gestión de la Calidad se logra a través de una trilogía de procesos:

- La planificación de la calidad. Se basa en la determinación de las necesidades de nuestros clientes (actuales y potenciales) y considerando que dichas necesidades evolucionan con el tiempo (lo cual añade algo de complicación al tema). Dentro de esta fase “el salto” de Juran fue el de comenzar por la identificación de clientes (¿visión o enfoque comercial?) tanto externos como internos; es decir consideraba como cliente al personal de la empresa que se ve afectado por la línea de trabajo del artículo o servicio. Todos los requisitos recogidos de los “clientes” deben ser transferidos al diseño y proceso de trabajo de la entidad.
- El control de la calidad. Considerado como una sistemática de aporte de valor a la empresa al entenderse como retroalimentación en el cual son partícipes todos los trabajadores (actores) de la entidad (la llamada “autosupervisión”) de modo que se pueda comparar lo planificado inicialmente con lo realmente obtenido pudiéndose actuar sobre errores o desviaciones detectadas (determina por tanto la formación del personal como fundamental en su sistemática).

- La mejora de la calidad. La información recogida y tratada de la fase de control corresponde con las ideas posteriores para la adopción de modificaciones con objeto de ir elevando el nivel de calidad de los procesos.

La planificación de la calidad empieza al identificar a los clientes, tanto internos como externos; determinar sus necesidades; traducir las necesidades del cliente en especificaciones; desarrollar características de productos que respondan a esas necesidades, y elaborar los procesos capaces de producir el producto o prestar el servicio.

Por tanto, Juran quería que los empleados supieran quién utiliza sus productos, ya sea en el siguiente departamento o en otra organización. Así, se establecen metas de calidad orientadas a satisfacer las necesidades de clientes y proveedores por igual a un costo combinado mínimo.

Después, se debe diseñar el proceso mediante el cual se obtiene un producto a fin de satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir con las metas de calidad bajo las condiciones actuales de operación. La planificación estratégica para la calidad (similar al proceso de planificación financiera de la empresa) determina las metas a corto y largo plazos, establece las prioridades, compara los resultados con los planes anteriores y combina los planes con otros objetivos estratégicos corporativos.

Juran afirmó que el control de calidad requiere determinar qué se va a controlar, establecer las unidades de medición para evaluar la información de manera objetiva, fijar las normas de desempeño, medir el desempeño real, interpretar la diferencia entre el desempeño real y las normas y emprender una acción en cuanto a la diferencia.

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Según (Martínez, 2013, p.11), las cinco dimensiones de la calidad de servicio evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL son:

Fiabilidad. - Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable y segura. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

Seguridad. - Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

La seguridad es primordial para la confianza y lealtad que se quiere conseguir de un cliente asimismo ayuda a traer nuevos clientes por la buena reputación que se hace la empresa al brindar un servicio seguro permitiéndole crecer rápidamente en comparación si brindara un servicio inseguro. La confianza no es fácil obtenerla por lo que lleva un cierto tiempo es por ello que se debe cuidarse ya que perderla es muy sencillo, depende de la organización el nivel de seguridad que quiere brindar a sus clientes teniendo en cuenta que significa un costo adicional para garantizarla, pero que trae muy buenos beneficios, tanto para la empresa como para los clientes.

Capacidad de Respuesta. - Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente”, “es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.

La capacidad respuesta hace referencia al tiempo adecuado en la solución del problema presentado o a prestar un servicio rápido de calidad y la accesibilidad que tienen los clientes a los servicios de la organización, es decir la cobertura de la empresa para llegar a sus clientes.

Empatía. - “Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada”. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía: “como también es parte de la seguridad, que requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos”.

La empatía juega un rol importante en la lealtad de los clientes por lo que significa tener un acercamiento más humano al cliente y no solo verlo como un simple número, es decir darle la debida importancia reflejada en una atención personalizada y adecuada a

cada cliente, requiriéndose análisis continuos sobre comportamientos y problemas por los que llegan.

Intangibilidad. - Hace referencia a que la calidad del servicio no es algo físico ya que no se puede empacar y enviar una muestra a los clientes pero lo que sí se puede hacer es crear una buena reputación del servicio brindado para que los clientes tengan una buena expectativa antes de hacer uso del servicio.

Los conceptos que definen la calidad de servicio se enmarcan dentro de los aportes de Quispe (2015), quien afirma que la calidad es esencial para toda empresa y funciona como garantía indiscutible como una empresa en que se puede confiar siempre en ella y que permite alcanzar las metas y objetivos de la organización proporcionando una excelente satisfacción de los usuarios mejorando la imagen proyectada a clientes y competidores generando mayor rentabilidad (p.33).

La calidad del servicio brindado involucra todos los procesos o fases realizadas para brindar el servicio incluso teniendo en cuenta la respuesta cuando falle alguno de estos y considera a los que intervienen directa e indirectamente en la prestación realizada como los trabajadores que juegan un rol esencial ya que ellos son los que brindan el servicio final y de ellos dependerá un gran porcentaje de la satisfacción del cliente. Mientras más fiable sea el servicio brindado mejor será la reputación de la organización siendo positivo para la empresa, para los clientes actuales y para los clientes potenciales que buscan un servicio adecuado.

La calidad del servicio tiene que ver con el aseguramiento del cumplimiento de las expectativas de los clientes dentro y fuera de la empresa en congruencia con lo que ofrece según su publicidad y lo que realmente da, en costos, atención, tiempo y otros factores que conlleva a una satisfacción adecuada del cliente.

TÉRMINOS DEL ESTUDIO

Los términos que definen al estudio son los siguientes:

Calidad: La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Calidad de servicio: Un producto o servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangibles, satisfacen las necesidades de los usuarios. Esta satisfacción es importante para que los clientes continúen consumiendo el producto o servicio.

Usuario: Es «aquél que usa algo». Es *usuario* de un servicio de *salud* toda persona física que adquiera el derecho a utilizar bienes o servicios de *salud*.

Satisfacción del Cliente: Satisfacción que experimenta el cliente cuando los productos y servicios cumplen o exceden las expectativas depositadas al momento de adquirirlo. Los clientes leales gastan más, recomienda otros compradores y es menos costoso hacer negocio con ellos.

Satisfacción del usuario: La satisfacción es una respuesta de los consumidores que viene dada por un estándar inicial en cuanto a expectativas y por la discrepancia entre esas expectativas y el rendimiento percibido del producto consumido o servicio recibido.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

Según Chan (2015). El diseño del estudio corresponde al nivel descriptivo porque en una investigación descriptiva se llega a conocer situaciones, costumbres, actividades, predicciones a través de la descripción exacta de las actividades, trabaja junto con las investigaciones correlacionales, explicativas y experimentales; la misma que se va construyendo en cuatro etapas: Definir las características del estudio. Explicar cómo se va a realizar las observaciones. Recolectar los datos y buscar el modo de informar con las técnicas más apropiadas.

La investigación se enmarcó en el tipo de estudio no experimental (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Babtista Lucio, 2006) cuyo objetivo principal es describir las características de la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones. Asimismo, utilizará un diseño descriptivo simple, cuyo diagrama es:



Donde:

X = Calidad de Servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones

O = Observación de la Calidad de Servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones

El estudio es univariado o sea tiene una sola variable y descriptiva simple.

V1 = Calidad de servicio

El estudio operacionaliza su variable de la siguiente manera.

Tabla 1: Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
V= 1. Calidad de servicio	Intangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Letreros y Fechas • Orientación • Equipo y Materiales • Limpieza 	Cuestionario
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Información • Horario • Pregunta- Respuesta • Coordinación de respuesta • Cita 	
	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Atención del servicio de internet • Atención del servicio de cable • Atención de servicio de modem • Atención del servicio de celulares 	
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Privacidad • Conversación personalizada • Tiempo Atención • Confianza 	
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Interés en tratar • Escucha del problema • Explicación de la solución al problema • Explicación de acompañamiento a la solución 	

Fuente: elaboración propia

Según Wigosdki (2015). La población se refiere al conjunto de objetos o individuos que comparten características comunes en un lugar y tiempo determinado y esta en función del tema o estudio del fenómeno o problema estudiado.

La **Población** de la presente investigación está conformado por 30 usuarios que son atendidos diariamente en los servicios de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, según consta en el cuaderno de registro a los clientes, 2018, en los servicios de internet, cable, modem y celulares.

Tabla 2: Población

SERVICIOS	CANTIDAD	(%)
Internet	10	33
Cable	02	07
Modem	03	10
Celulares	15	50
TOTAL	30	100

Fuente: elaboración propia

El tamaño de la **muestra** es la misma de la población está conformado por 30 usuarios que son atendidos diariamente en los servicios de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, según consta en el cuaderno de registro a los clientes, 2018, en los servicios de internet, cable, modem y celulares.

Para López (2014). El **muestreo** se refiere al conjunto de regla y criterios para seleccionar una cantidad determinada de elementos del total de la población para realizar un determinado estudio y los resultados poder generalizarlos a toda la población" (p.19).

La técnica de muestreo que se utilizará es la no probabilística porque todos los integrantes de la población tuvieron la misma oportunidad y finalmente el investigador utilizará su propio criterio.

2.1. METODOS

El Método, técnicas e instrumentos de recolección de datos y procedimientos utilizados en el estudio son:

Deductivo: Se pondrá en práctica en la redacción del planteamiento del problema y el marco teórico donde la información recogida y sistemática da un tratamiento al fenómeno de estudio a partir del análisis de las características generales a las particularidades.

Analítico: Se realizará teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta en relación al diseño de la propuesta y los objetivos a alcanzar, realizando según el análisis de los reajustes respectivos.

Sintético: Permitirá conocer de manera práctica, concreta y entendible la calidad del servicio a través de los clientes de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande a través del análisis de los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados.

2.2. TECNICAS

Técnicas de recolección de datos

Para García (2016). Indica que la recolección de datos hace referencia al proceso y resultado de reunir o recoger datos importantes para una investigación en referencia al estudio y los objetivos de la investigación realizada (p.7).

En el presente estudio se hizo necesario la aplicación de las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

A. Técnicas de gabinete.

Se ha recopilado información proveniente de diversas fuentes aplicando las siguientes técnicas de gabinete:

A través de las fichas resumen se organiza la información recolectada como los conceptos fundamentales para la investigación e ir sistematizando la información relevante de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Las fichas textuales fueron de utilidad para recolectar información en su versión original necesarios para definición de términos importantes, y teorías relevantes para la investigación.

Las fichas comentario se utilizaron para poder comentar los diferentes cuadros estadísticos y realizar la introducción en diversas partes del informe de la investigación.

B. Técnicas de trabajo de campo.

Las técnicas de investigación utilizadas en el estudio fue la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue:

El Cuestionario de Calidad de Servicio. Se aplicará a la población que acudió y son usuarios de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, en los servicios de internet, cable, modem y celulares y tiene como finalidad conocer la percepción que tiene sobre la calidad del servicio que recibieron. El cuestionario consta de tres secciones: “En la primera se interrogo al cliente sobre las expectativas que tiene acerca del servicio que brinda la empresa de telefonía móvil Claro. En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio de dicha empresa”. “Finalmente, la tercera sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas”.

Cuestionario:

El Cuestionario se refiere a un conjunto de preguntas elaboradas de forma ordenada, con preguntas abiertas, cerradas o mixtas de acuerdo a las variables y objetivos de la investigación y es muy utilizada en las ciencias sociales siendo muy útil para la recolección de información primaria con facilidad y es de carácter cualitativo.

Para el análisis de datos del estudio se procederá de la siguiente forma:

Primera fase: Validación y confiabilidad del instrumento.

La encuesta como instrumentos que se utilizará para la presente investigación, será validada por dos expertos con amplio conocimiento del tema en el campo de administración e investigación; del mismo modo será encontrada su fiabilidad y confiabilidad a través del método estadístico alfa de Cronbach el mismo que dará un alto grado de confiabilidad en todas sus dimensiones sobre el 0,7 puntaje.

Segunda fase: Estadística descriptiva.

Los datos recogidos del cuestionario estarán representados en tablas y figuras estadísticas por dimensiones con su respectiva interpretación propia de una investigación cuantitativa, las mismas que se procesarán los datos a través de los programas estadísticos: SPSS versión 20 y EXCEL.

III. RESULTADOS

3.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS

3.1.1. Identificación de las dimensiones de la calidad de servicio en base al modelo SERVQUAL

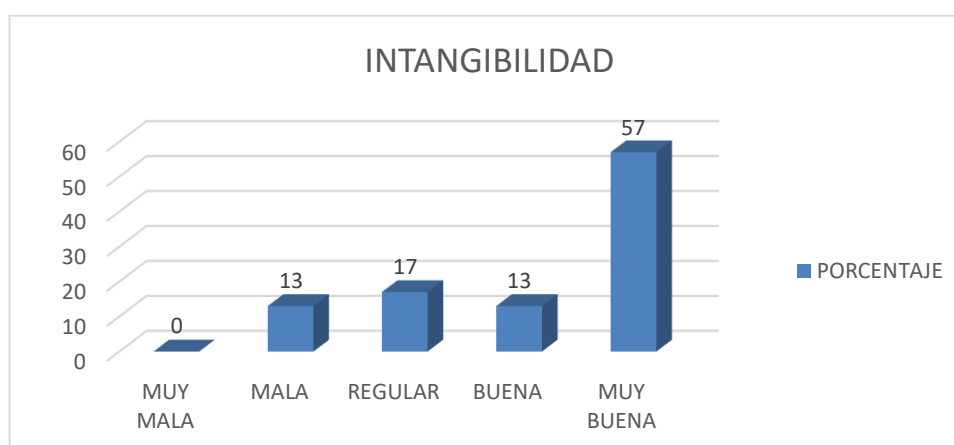
Tabla 3: Distribución porcentual de la dimensión intangibilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY MALA	0	0
MALA	4	13
REGULAR	5	17
BUENA	4	13
MUY BUENA	17	57
TOTAL	30	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 01, se constata que de los 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, el 57% consideran que la dimensión intangibilidad tiene una muy buena calidad de servicio, mientras que el 13% dicen que es buena, el 17% regular y otro 13% dice que es mala. Lo que demuestra que la empresa en mención tiene una aceptación muy alta en esta dimensión de intangibilidad.



Fuente: Tabla 1.

Figura 1: *Distribución porcentual de la dimensión intangibilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.*

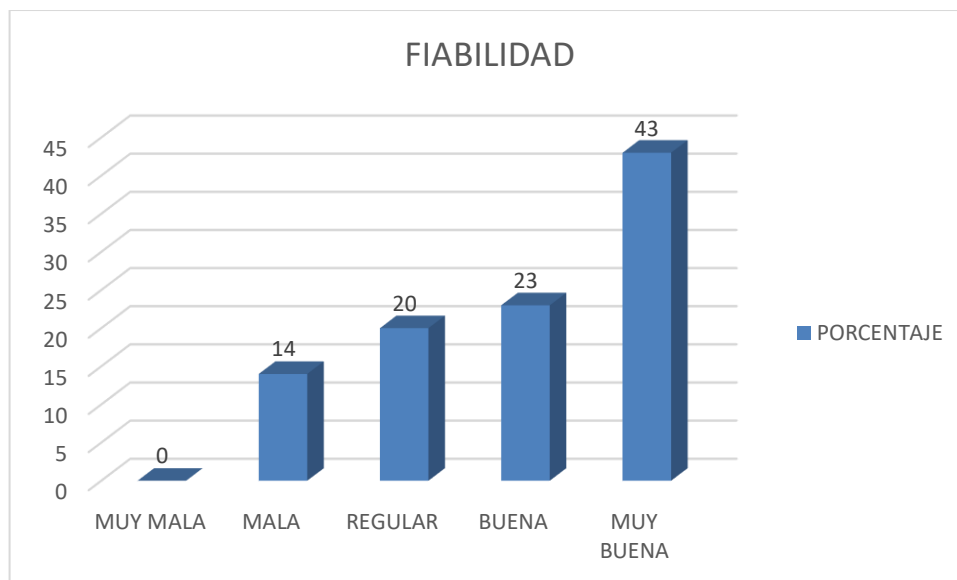
Tabla 4: Distribución porcentual de la dimensión fiabilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY MALA	0	0
MALA	4	14
REGULAR	6	20
BUENA	7	23
MUY BUENA	13	43
TOTAL	30	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 02, se constata que de los 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, el 43% consideran que la dimensión fiabilidad tiene una muy buena calidad de servicio, mientras que el 23% dicen que es buena, el 20% regular y solo el 14% dice que es mala. Lo que demuestra que la empresa en mención tiene una aceptación muy alta, pero no supera el 50% en la dimensión de fiabilidad.



Fuente: Tabla 2.

Figura 2: Distribución porcentual de la dimensión fiabilidad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

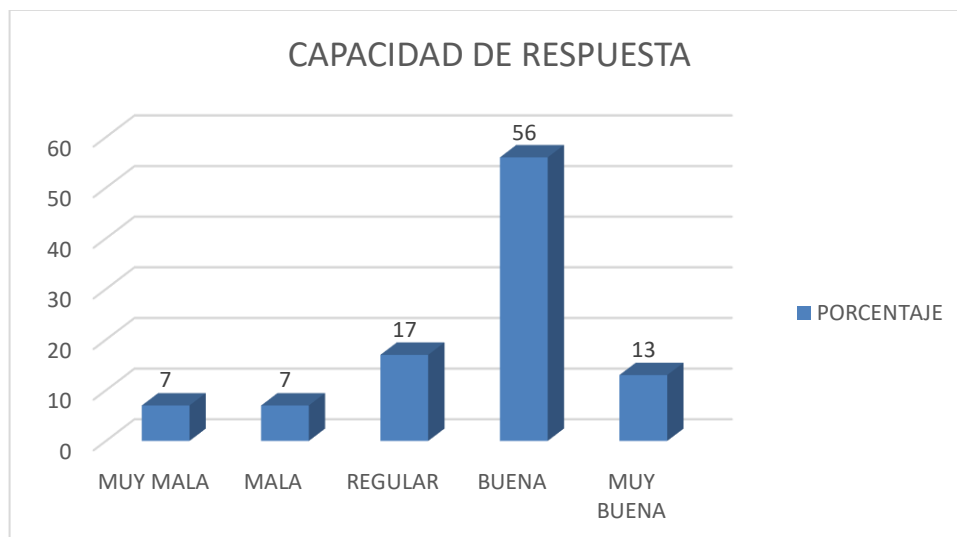
Tabla 5: Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY MALA	2	7
MALA	2	7
REGULAR	5	17
BUENA	17	56
MUY BUENA	4	13
TOTAL	30	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 03, se constata que de los 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, el 13% consideran que la dimensión capacidad de respuesta tiene una muy buena calidad de servicio, mientras que el 56% dicen que es buena, el 17% regular, el 7% mala y el otro 7% muy mala la calidad de servicio. Lo que demuestra que la empresa en mención tiene una aceptación buena, pero tiene que trabajar aún más esta dimensión para llegar a lo óptimo.



Fuente: Tabla 3.

Figura 3: Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

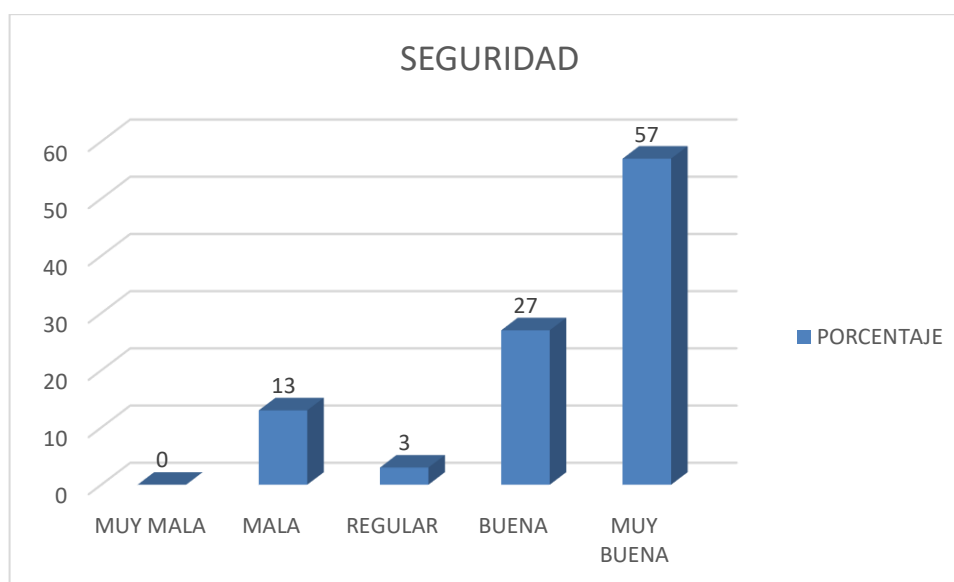
Tabla 6: Distribución porcentual de la dimensión seguridad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY MALA	0	0
MALA	4	13
REGULAR	1	3
BUENA	8	27
MUY BUENA	17	57
TOTAL	30	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 04, se constata que de los 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, el 57% consideran que la dimensión seguridad tiene una muy buena calidad de servicio, mientras que el 27% dicen que es buena, el 3% regular y solo el 13% dice que es mala. Lo que demuestra que la empresa en mención tiene una muy buena aceptación en esta dimensión de seguridad.



Fuente: Tabla 4.

Figura 4: Distribución porcentual de la dimensión seguridad de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

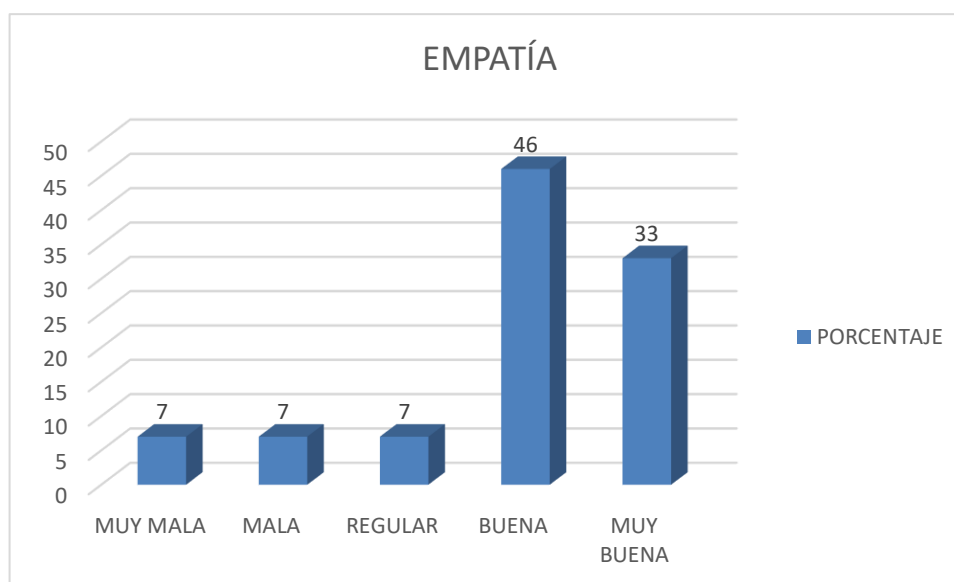
Tabla 7: Distribución porcentual de la dimensión empatía de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY MALA	2	7
MALA	2	7
REGULAR	2	7
BUENA	14	46
MUY BUENA	10	33
TOTAL	30	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 05, se constata que de los 30 clientes entrevistados de la empresa de telefonía móvil “NC Comunicaciones” de Bagua Grande, el 33% consideran que la dimensión empatía tiene una muy buena calidad de servicio, mientras que el 46% dicen que es buena, el 7% regular, el otro 7% mala y el 7% último dice muy mala calidad. Lo que demuestra que la empresa en mención tiene una buena aceptación en esta dimensión de seguridad, pero tiene que seguir trabajando para llegar a lo óptimo en su calidad.



Fuente: Tabla 5.

Figura 5: Distribución porcentual de la dimensión empatía de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

3.1.2. Comparación de los resultados según dimensiones de la calidad de servicio

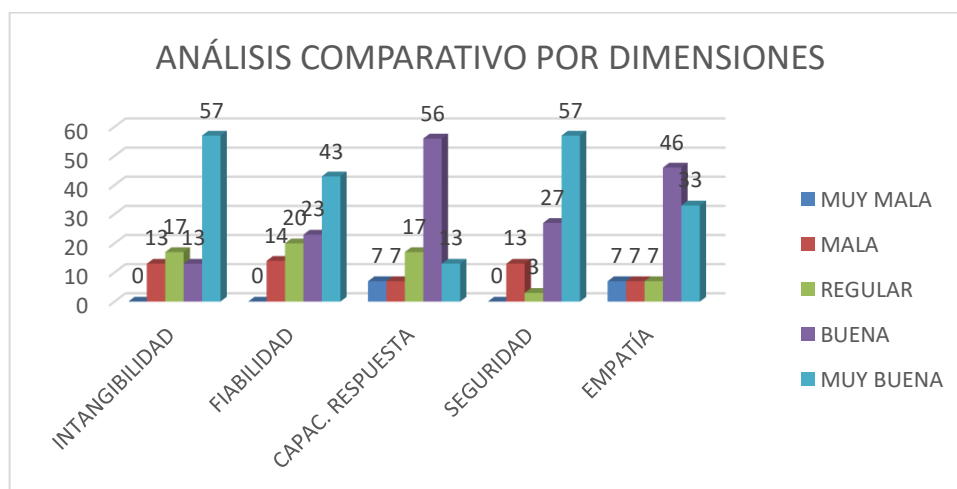
Tabla 8: Distribución porcentual de las dimensiones de la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

NIVEL	INTANGIBILIDAD	FIABILIDAD	CAPAC. RESPUESTA	SEGURIDAD	EMPATÍA
MUY MALA	0	0	7	0	7
MALA	13	14	7	13	7
REGULAR	17	20	17	3	7
BUENA	13	23	56	27	46
MUY BUENA	57	43	13	57	33
TOTAL	100	100	100	100	100

Fuente: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

Descripción:

En la Tabla N° 06, se constata que dimensiones intangibilidad y seguridad tienen la mejor aceptación de los clientes el 57% menciona que es de muy buena calidad; mientras que las dimensiones fiabilidad y empatía solo refieren el 43% y 33% que es de muy buena calidad. La dimensión capacidad de respuesta lideró en la percepción buena calidad con el 56%, seguido de la dimensión empatía con el 46%, muy distante la dimensión seguridad con el 27% y fiabilidad con el 23%. Quedando demostrado que la dimensión que requiere mayor atención es capacidad de respuesta seguida de la dimensión empatía.



Fuente: Tabla 6.

Figura 6: Distribución porcentual de las dimensiones de calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018.

3.1.3. Aplicación de la trilogía de Juran a NC Comunicaciones

Objetivo: Acrecentar los promedios de satisfacción de los clientes por el servicio brindado.

1. Planificación de la calidad (proceso de preparación para cumplir los objetivos de calidad)

La empresa aplica este proceso cuando se establecen los objetivos a alcanzar por los empleados de la empresa para la mejora continua.

- Venta de equipos de buena calidad y en óptimas condiciones.
- Informarse sobre los equipos, sus características, para brindar buena información al cliente y así quede satisfecho.

2. Control de calidad (satisfacer los objetivos de calidad durante las operaciones)

Este control se daría mediante la evaluación de las dimensiones de la calidad (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) al ver la reacción de los clientes después de ser atendido.

3. Mejoramiento de la calidad (alcanzar mejores niveles de desempeño)

Capacitar a los trabajadores sobre las promociones u ofertas que se tienen, según los resultados obtenidos en el control de calidad, después de conversar con los encargados sobre que dimensiones tienen que mejorar para alcanzar un mejor desempeño y lograr el objetivo planteado.

IV. DISCUSIÓN

El estudio discute su resultado a partir de aporte de la teoría de la administración total de la calidad de Risco (2017) alcanzándonos insumos teóricos válidos para mejorar la calidad del servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018 maximizar la productividad mientras se minimiza los costos, como los japoneses que tienen en cuenta tres dimensiones de TQM: Administración Diaria, Hoshin /Manejo de Políticas y la Administración Multi Funcional.

Priorizando la satisfacción del cliente en lo interno y externo determinando las necesidades de los clientes e implementando procedimientos evaluados por los directivos quienes tienen que fomentar una cultura de los valores e incorporar a las normas administrativas, conceptos de calidad, manteniendo un ambiente de convivencia empresarial adecuado donde se vislumbre un trabajo colectivo y capacitación en todos sus niveles, basándose en métodos continuos de sistematización de la información y evaluación permanente en relación a proveedores y productores.

El estudio cumple con el objetivo de diagnosticar la situación actual de la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018, apoyado del antecedente de estudio de Alvarado (2013), en su tesis Servicio al cliente en las empresas de telefonía de la ciudad de Quetzaltenango. Universidad Rafael Landívar de Guatemala, al permitirnos considerar los siguientes aportes:

Las empresas telefónicas del Perú Claro y Movistar incentivan a sus trabajadores en el reconocimiento de logros a los que se esfuerzan más en función a sus resultados, pero todavía no superan el tiempo que hacen esperar a sus clientes para ser atendidos, los mismos que por múltiples ocupaciones abandonan el recinto, demostrando sentimientos de insatisfacción.

Los resultados alcanzados reflejan la realidad existente no solo en la calidad del servicio la empresa telefónica Claro en Bagua Grande, sino a nivel nacional, ubicando en un servicio de muy buena calidad a las dimensiones de intangibilidad y seguridad con el 57%, seguido de la fiabilidad y empatía sobre el 33%. Mientras que la dimensión de capacidad de respuesta lideró en nivel del buen servicio con el 56% seguido de la empatía y seguridad superando el 27%, desafiando a la empresa de telefonía claro NC

Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018 claro tomar decisiones de cambio.

Del mismo modo la calidad del servicio telefónico se ve fortalecido con los aportes de la teoría de la gestión de la calidad y trilogía de Juran citado por (Gonzales, 2015, p.9) quien recomienda hacer uso de la norma ISO 8402:94, como el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer necesidades expresadas o implícitas de los clientes, en un accionar interrelacionado de medios incluyendo los tres elementos de la trilogía: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

Con respecto al segundo objetivo se identificó los elementos de la calidad del servicio de la empresa de telefonía claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018, como la intangibilidad, capacidad de respuesta y empatía, como los insumos básicos que permitieron redactar los indicadores de logros, ítems de los instrumentos de evaluación, los mismos que se aplicaron a los clientes y se obtuvo sus respuestas respectivas.

El antecedente de referencia que ayudó al estudio fue de Garay y Ballestas, Amalia (2016) de Colombia quien nos permite verificar como se debe asegurar la representatividad de los operadores móviles garantizando resultados esperados; además de tener en cuenta la satisfacción del cliente con la percepción que tienen de cada una de las dimensiones del servicio; descubriendo que los impactos positivos sobre la satisfacción se obtienen del acceso a la comunicación y la capacidad de respuesta.

Al comparar los resultados obtenidos en las dimensiones de la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil en estudio se llegó a la determinación que se debe redoblar esfuerzos para optimizar el servicio la empresa de telefonía claro NC Comunicaciones, de la ciudad de Bagua Grande, 2018 en las dimensiones de fiabilidad y empatía, al obtener el puntaje más bajo entre las dimensiones en relación al nivel de alta calidad del servicio.

Así también agregar que NC comunicaciones en la ciudad de Bagua Grande por ser filial tiene restricciones como la capacidad de decisión y la falta de equipos de alta gama, lo que genera al cliente disconformidad en la atención por el retraso generado al no encontrar el modelo que buscan.

V. CONCLUSIONES

Al término del estudio la investigadora llegó a las siguientes conclusiones:

- 1°. La calidad del servicio de la empresa telefónica Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande es de muy buena calidad en las dimensiones de intangibilidad y seguridad 57%, seguido de la fiabilidad y empatía sobre el 33%, desafiando de esta manera a los propietarios trabajar más la dimensión fiabilidad y empatía para alcanzar la optimización del servicio.
- 2°. Los elementos del estudio que aportan para alcanzar la calidad del servicio estuvieron relacionados con los aspectos a trabajar, entre ellos, intangibilidad, capacidad de respuesta, y empatía, refrendado por las teorías de estudio de la calidad del servicio.
- 3°. Al comparar la calidad del servicio de la empresa telefónica Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018, se constató que las dimensiones de fiabilidad y seguridad, requieren mayor atención para optimizar el servicio, al liderar solo con el nivel de buena calidad.

VI. RECOMENDACIONES

Al término de la investigación la autora recomienda:

- 1°. Al propietario de la empresa telefónica Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018; apropiarse de la información obtenida en el presente estudio y ponerlo en práctica durante la convivencia con los clientes y trabajadores.
- 2°. A los trabajadores de la empresa telefónica Claro NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande, 2018, agenciarse de los resultados de la presente investigación para contribuir con el propietario en la conquista de la calidad del servicio óptimo de las dimensiones capacidad de respuesta y empatía.
- 3°. A las personas interesadas en poner una empresa telefónica en los diferentes centros poblados de la provincia de Utcubamba y región Amazonas, socializar la información con la autora del estudio para brindar un mejor servicio a sus clientes donde van a ser atendidos.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, O. (2013). *Servicio al cliente en las empresas de telefonía de la ciudad de Quetzaltenango*. Tesis, Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Quetzaltenango. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2011/01/01/Alvarado-Oscar.pdf>
- Arrau, P., & Pimenten, R. (2017). *Análisis económico estratégico de la industria de la telefonía móvil en Chile*. Tesis, GENRENS, S.A, Santiago. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de [http://www.gerens.cl/gerens/publicaciones/colum_estudios/ESTUDIO_ATELMO_FINAL_23102007_\(REV_121107\).pdf](http://www.gerens.cl/gerens/publicaciones/colum_estudios/ESTUDIO_ATELMO_FINAL_23102007_(REV_121107).pdf)
- Cabrera, L. (2015). *El conocimiento del beneficio de los canales alternativos y la satisfacción de los clientes en las agencias bancarias*. Tesis, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Ica, Chinca. Recuperado el 14 de 07 de 2018, de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2186/TESIS%20DE%20CABRERA%20M.%2C%20MORANTE%20CH.%20Y%20PACHERRES%20TORRES.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Chan, E. (2015). *Diseño de investigaciones descriptivas*. Lima, Perú. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenos-de-investigacion>
- Chávez, W. (2015). *Análisis de las principales estrategias de negocio de las empresas de telecomunicaciones del Ecuador*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Ecuador, Guayaquil. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9143/1/TESIS%20WILMER%20CHAVEZ%2003%20AGOSTO.pdf>
- El comercio. (27 de 02 de 2017). *Claro y Entel son los que más sufren en la guerra de celulares*. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/claro-entel-son-sufren-guerra-celulares-406107>
- Fernández, I. (2013). *Estudio de la calidad de servicio de las Redes Móviles en el Perú*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, Lima. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de

file:///C:/Users/Mera/Downloads/FERNANDEZ_INDHIRA_REDES_MOVILE
S%20(1).pdf

Garay, D., & Ballestas, Amalia. (2016). *Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía Movil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través de SERVPERF*. Tesis, Colombia, Cartagena de las Indias. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/3987/1/1%20%20Tesis%20Amalia%20Daniela.pdf>

García, J. (2016). Las técnicas de recolección de datos. Lima, Perú. Obtenido de García Murillo, J. S. (2016). Las técnicas de recolección de datos. Lima, Perú. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JuanSebastianGarciaM/las-tnicas-de-recoleccin-de-datos>

Gonzalez, R. (2015). *Teoría de la gestión de la calidad y la trilogía de Jurán*. Lima, Perú. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://folletosg.mes.gob.cu/Base%20electronica/2000/1/48800101.pdf>

Guini, P. (2012). Teoría de la calidad como filosofía de la gestión. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <https://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp95/>

Hernández, Z. (2016). Metodo de análisis de datos: apuntes. Rioja, San Martín, Perú. Obtenido de https://www.unirioja.es/cu/zehernan/docencia/MAD_710/Lib489791.pdf

Hernandez, R., Fernández, C., & Babtista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.

López, P. (2014). Población, muestra y muestreo. Cochabamba, Bolivia. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Martínez, J. (2013). *Dimensiones de la calidad de servicio*. Lima, Perú. Recuperado el 21 de 07 de 2018

Mejías, M. (2015). *Impacto de la calidad del serivicio y la gestión de las relaciones con el cliente sobre el abandono de la clientela en empresas de telefonía*. Tesis,

Universidad Metropolitana, Venezuela, Caracas. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://mendillo.info/gestion/tesis/Mejias.pdf>

Montes, H. (2017). *Nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de claro en la ciudad de Iquitos*. Tesis, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Loreto, Iquitos. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5000/Harry_Tesis_Maestr%C3%ADa_2017.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Murillo, M. (2013). *Estudio de servicio al cliente en Claro y Movistar*. Tesis, Universidad Sanbuena Aventura de Cali, Colombia, Santiago de Cali. Recuperado el 20 de 07 de 2018, de http://bibliotecadigital.usb.edu.co:8080/bitstream/10819/2044/1/Estudio_%20Servicio_%20Cliente_Movistar_Claro_Murillo_2013.pdf

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2015). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú. Recuperado el 22 de 07 de 2018

Quispe, J. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción al usuario en el servicio de traumatología*. Andahuaylas, Perú. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/234/24-2015-EPAE-Quipe%20Perez-Calidad%20de%20servicio%20y%20satisfaccion%20del%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Redhead, J. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción al usuario en el centro de salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo*. Tesis, Lima, Lima. Recuperado el 22 de 07 de 2018

Rey, C. (2014). *La satisfacción del usuario: Un concepto en alza*. Tesis, Universidad de Barcelona, España, Barcelona. Recuperado el 14 de 07 de 2018, de <file:///C:/Users/Mera/Downloads/2451-11741-1-PB.PDF>

Risco, J. (2017). *Teoría de la Administración Total de la calidad*. Lima, Lima. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de <http://teoriasldj.blogspot.com/2012/05/administracion-total-de-calidad.html>

- Silva, P. (2017). *Modelo óptimo de la calidad y del tiempo de la atención en el servicio que brindan las operadoras de telefonía celular de la región Lambayeque*. Tesis, Universidad César Vallejo, Lambayeque, Lambayeque. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3820/silva_lp.pdf?sequence=1
- Vera, J. (01 de 12 de 2012). Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca. 20. Recuperado el 21 de 07 de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000300003
- Wigosdki, J. (2015). Metodología de la investigación. Lima, Perú. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

ANEXO N° 01

CUESTIONARIO						
OBJETIVO: Medir la Calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018						
INSTRUCCIONES:						
<p>Lea con detenimiento cada una de las siguientes aseveraciones y marque sus respuestas circulando en el número que aproximadamente refleja cuánto está usted de acuerdo con el contenido de las aseveraciones en el continuo numérico que se provee al lado derecho de cada aseveración. Trate de contestar todas las aseveraciones sin omitir ninguna y sin repasar sus respuestas. Recuerde que no hay contestaciones correctas o incorrectas; por lo tanto, conteste honestamente cada aseveración de acuerdo al siguiente continuo numérico:</p>						
ITEMS		Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
01	INTANGIBILIDAD Los carteles, letreros y flechas de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones son adecuados para orientar a los clientes	1	2	3	4	5
02	La atención que realiza el personal de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones permite informar y orientar a los clientes	1	2	3	4	5
03	Los espacios donde están ubicados los equipos y materiales necesarios son adecuados para su atención.	1	2	3	4	5
04	La sala de espera y los espacios de atención se encuentran limpios y son cómodos.	1	2	3	4	5
05	FIABILIDAD El personal explica de manera clara y adecuada las promociones que oferta la empresa.	1	2	3	4	5
06	La consulta con el personal de la empresa se realiza en el horario programado.	1	2	3	4	5
07	La atención se realiza de acuerdo al orden de llegada de los clientes.	1	2	3	4	5

08	Las preguntas y respuestas que hacen los clientes son escuchadas con disponibilidad por el personal de la empresa.	1	2	3	4	5
09	Los trabajadores se muestran disponibles para atender a los clientes.	1	2	3	4	5
	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
10	La atención del servicio de internet que brinda la empresa satisface sus expectativas	1	2	3	4	5
11	La atención del servicio de cable que brinda la empresa satisface sus expectativas	1	2	3	4	5
12	La atención del servicio de Modem que brinda la empresa satisface sus expectativas	1	2	3	4	5
13	La atención del servicio de celulares que brinda la empresa satisface sus expectativas	1	2	3	4	5
	SEGURIDAD					
14	Durante su atención de consultas en la empresa, se respeta su privacidad	1	2	3	4	5
15	El personal de la empresa lo atiende con amabilidad y motiva su conversación y consulta.	1	2	3	4	5
16	El personal de la empresa le brinde el tiempo necesario para preguntas sobre su problema de atención	1	2	3	4	5
17	El personal que atiende su consulta y/o problemática presentada, le inspira confianza.	1	2	3	4	5
	EMPATÍA					
18	El personal de venta lo trata con amabilidad, respeto y paciencia	1	2	3	4	5
19	El personal de venta que le atendió, muestra interés en solucionar su problema de servicio	1	2	3	4	5
20	Usted comprendió la explicación que el personal de venta le brindó sobre el problema a solucionar.	1	2	3	4	5
21	Usted comprendió la explicación que el personal le brindó sobre lo solicitado.	1	2	3	4	5
22	Usted comprendió la explicación que el personal le brindó sobre los procedimientos a seguir en su atención.	1	2	3	4	5

ANEXO N° 02

FICHA TÉCNICA

I. NOMBRE:

Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro “NC Comunicaciones” de la ciudad de Bagua Grande.

II. AUTORA:

Analí Delgado Díaz

III. OBJETIVO:

Recoger información relevante orientada a medir la Calidad del Servicio de la empresa de telefonía móvil NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande.

IV. USUARIOS:

30 usuarios que se clientes de la empresa de telefonía móvil NC Comunicaciones de la ciudad de Bagua Grande.

V. MODO DE APLICACIÓN.

El presente instrumento está estructurado en base a 22 ítems, que responde a cinco dimensiones: Intangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Las mismas que está organizadas de la siguiente manera:

VI. ESCALA.

Escala general:

NIVEL	VALOR	CÓDIGO	RANGO
MUY MALA	1	MM	(1– 22)
MALA	2	M	(23 - 44)
REGULAR	3	R	(45 – 66)
BUENA	4	B	(67 - 88)
MUY BUENA	5	MB	(89 - 110)

Escalas por dimensiones:

Fiabilidad y empatía

NIVEL	VALOR	CÓDIGO	RANGO
MUY MALA	1	MM	(1- 5)
MALA	2	M	(6 - 10)
REGULAR	3	R	(11 - 15)
BUENA	4	A	(16- 20)
MUY BUENA	5	MA	(21- 25)

Seguridad, capacidad de respuesta e intangibilidad

NIVEL	VALOR	CÓDIGO	RANGO
MUY MALA	1	MM	(1- 4)
MALA	2	M	(5 - 8)
REGULAR	3	R	(9 - 12)
BUENA	4	A	(13 - 16)
MUY BUENA	5	MA	(17- 20)

Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento fue analizada con el software estadístico SPSS, para el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, alcanzando un puntaje que corresponde a un nivel alto de confiabilidad.

Validez del instrumento

El instrumento será validado por dos profesionales conocedores del tema y con grado de maestría entre ellos Especialistas en Administración de empresas, y un especialista en investigación; tal como se demuestra en anexos adjuntos en el presenta trabajo de investigación.

ANEXO N° 03

FICHA DE VALIDACIÓN N° 01

TÍTULO: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018

ITEM	CRITERIOS															JUICIO										
	COHERENCIA					PERTINENCIA					INDEPENDENCIA					IMPACTO					ELIMINAR	MODIFICAR	CONFIRMAR			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
1					x					x					x					x						X
2					x					x					x					x						X
3					x					x					x					x						X
4					x					x					x					x						X
5					x					x					x					x						X
6					x					x					x					x						X
7					x					x					x					x						X
8					x					x					x					x						X
9					x					x					x					x						X
10					x					x					x					x						X
11					x					x					x					x						X
12					x					x					x					x						X
13					x					x					x					x						X
14					x					x					x					x						X

15					X						X					X			X
16					X						X					X			X
17					X						X					X			X
18					X						X					X			X
19					X						X					X			X
20					X						X					X			X
21					X						X					X			X
22					X						X					X			X

OBSERVACIONES:

.....

.....

Experto: HENRY ARMANDO MERA ALARCÓN

Identificación: DNI: 33670470

Afiliación: A011651022

Título y Grado Académico: Dr. En Administración de la Educación



FIRMA

Mera Alarcón Henry Armando

LUGAR Y FECHA: Bagua Grande 16 de noviembre del 2018

FICHA DE VALIDACIÓN N° 02

TÍTULO: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018

ITEM	CRITERIOS																				JUICIO			
	COHERENCIA					PERTINENCIA					INDEPENDENCIA					IMPACTO					ELIMINAR	MODIFICAR	CONFIRMAR	
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
1				x				x						x						x				x
2				x				x						x						x				x
3				x				x						x						x				x
4				x				x						x						x				x
5				x				x						x						x				x
6				x				x						x						x				x
7				x				x						x						x				x
8				x				x						x						x				x
9				x				x						x						x				x
10				x				x						x						x				x
11				x				x						x						x				x
12				x				x						x						x				x
13				x				x						x						x				x
14				x				x						x						x				x

FICHA DE VALIDACIÓN N° 03

TÍTULO: Cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018

ITEM	CRITERIOS															JUICIO							
	COHERENCIA					PERTINENCIA					INDEPENDENCIA					IMPACTO					ELIMINAR	MODIFICAR	CONFIRMAR
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1					x					x					x					x			
2					x					x					x					x			
3					x					x					x					x			
4					x					x					x					x			
5					x					x					x					x			
6					x					x					x					x			
7					x					x					x					x			
8					x					x					x					x			
9					x					x					x					x			
10					x					x					x					x			
11					x					x					x					x			
12					x					x					x					x			
13					x					x					x					x			
14					x					x					x					x			
15					x					x					x					x			
16					x					x					x					x			

17					x					x					x					x
18					x					x					x					x
19					x					x					x					x
20					x					x					x					x
21					x					x					x					x
22					x					x					x					x

OBSERVACIONES:

.....

.....

Experto: Adolfo Cacho Revilla

Identificación: DNI: 41853971

Afiliación:

Título y Grado Académico:



Firma de experto
FIRMA

Adolfo Cacho Revilla

LUGAR Y FECHA: Bagua Grande 16 de noviembre del 2018

ANEXO N° 04

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

IMAGEN 1



Explicando de lo que trata el cuestionario para medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018 y empezar con su desarrollo.

IMAGEN 2



En el desarrollo de cuestionario orientado a medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande - 2018, marcando lo que indique el cliente pregunta por pregunta.

IMAGEN 3



Desarrollando el cuestionario para medir la calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande – 2018

IMAGEN 4



Aplicando cuestionario de calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil Claro NC
Comunicaciones de la Bagua Grande – 2018

IMAGEN 5



Desarrollando el cuestionario sobre calidad de servicio de la empresa de telefonía móvil
Claro NC Comunicaciones de la Bagua Grande – 2018 para tener datos exactos.