



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA PÚBLICA
COORDINANCIA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO INDICADOR DE LA CALIDAD
DEL SERVICIO. CASO ESTUDIO: VIAJES Y TURISMO TAAN C.A.**
Trabajo presentado como requisito para optar al Título de Licenciada en
Administración mención Informática Gerencial.

Autor: Orley V., Mora B.
Tutor: Nixón A., Zambrano M.

San Cristóbal, Mayo 20 de 2005.



APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado presentado por la ciudadana **Orley Vanessa Mora Ballesteros**, para optar al Título de **Licenciada en Administración mención Informática Gerencial**, cuyo título es **Satisfacción del Cliente como indicador de la Calidad del Servicio. Caso Estudio: Viajes y Turismo TAAN C.A.**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación correspondiente.

En San Cristóbal, a los 20 días del mes de Mayo de 2005.

Nixón A., Zambrano M.

C.I: V – 10.239.195

ÍNDICE GENERAL

	PP.
CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
LISTA DE CUADROS.....	v
LISTA DE GRÁFICOS.....	xi
LISTA DE FIGURAS.....	xvi
RESUMEN.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO	
I EL PROBLEMA	3
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Justificación.....	6
Alcance.....	6
Limitaciones.....	7
II MARCO TEÓRICO	8
Antecedentes.....	8
Bases Teóricas.....	11
Cliente.....	11
Satisfacción del Cliente.....	12
Servicio.....	13
Calidad.....	16
Calidad del Servicio.....	26
Agencias de Turismo.....	29
Reseña de Viajes y Turismo TAAN C.A.....	31
Bases Legales.....	33

	Definición de Términos Básicos.....	37
	Sistema de Variables.....	39
III	MARCO METODOLÓGICO	41
	Tipo de Investigación.....	41
	Población.....	42
	Muestra.....	43
	Técnicas de Recolección de los Datos.....	44
	Validación del Instrumento.....	45
	Procesamiento de los Datos.....	46
IV	ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS RESULTADOS	47
V	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
	Conclusiones.....	115
	Recomendaciones.....	118
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
	ANEXOS	123
	A Cuestionario de Calidad Esperada	124
	B Cuestionario de Calidad Percibida	126
	C Matriz de validación por Juicio de Expertos	128

LISTA DE CUADROS

CUADRO

	PP.
1 Evolución de la calidad	20
2 Operacionalización de las Variables	40
3 Indicador Elementos Tangibles. Categoría Personal	48
4 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Personal.	49
5 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Personal.	49
6 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría: Personal	50
7 Indicador Elementos Tangibles. Categoría Instalaciones físicas	51
8 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Instalaciones Físicas	52
9 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Instalaciones Físicas	52
10 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Instalaciones Físicas	53
11 Indicador Elementos Tangibles. Categoría Material de Comunicación	54
12 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Material de Comunicación.	55
13 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Material de Comunicación	55
14 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Material de Comunicación.	56
15 Indicador Elementos Tangibles. Categoría Equipos.	57
16 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Equipos.	58
17 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Equipos	58
18 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Equipos.	59

	PP.	
19	Fiabilidad en cuanto al Cumplimiento de Promesas por parte del personal	60
20	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en el cumplimiento de promesas	61
21	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en el cumplimiento de promesas.	61
22	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto al Cumplimiento de Promesas	62
23	Fiabilidad en cuanto al Interés en solucionar problemas que se le presenten al cliente	63
24	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en el interés de solucionar problemas que se le presenten al cliente	64
25	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en el interés de solucionar problemas que se le presenten al cliente	64
26	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la solución de problemas	65
27	Fiabilidad en cuanto a la buena prestación habitual de los servicios todo el tiempo	66
28	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la buena prestación habitual de los servicios todo el tiempo	67
29	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la buena prestación habitual de los servicios todo el tiempo	67
30	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto al Servicio Habitual	68
31	Fiabilidad en cuanto a la atención oportuna y eficiente	69
32	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la atención oportuna y eficiente.	70

	PP.
33	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la atención oportuna y eficiente 70
34	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la Atención Oportuna 71
35	Fiabilidad en cuanto a la emisión de documentos libres de errores 72
36	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la emisión de documentos libres de errores. 73
37	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la emisión de documentos libres de errores. 73
38	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la Emisión de Documentos libres de errores. 74
39	Capacidad de Respuesta en cuanto a las mejores tarifas para ofrecer 75
40	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las mejores tarifas para ofrecer. 76
41	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las mejores tarifas para ofrecer. 76
42	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las tarifas ofrecidas. 77
43	Capacidad de respuesta en cuanto al servicio rápido de los empleados 78
44	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto al servicio rápido de los empleados 79
45	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto al servicio rápido de los empleados 79
46	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la rapidez del servicio 80
47	Capacidad de respuesta en cuanto a la disposición de los empleados para ayudar al cliente 81

48	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de los empleados para ayudar al cliente.	82
49	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de los empleados para ayudar al cliente.	82
50	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la disposición del personal para ayudar al cliente.	83
51	Capacidad de respuesta en cuanto a la disposición de tiempo por parte de los empleados para aclararle dudas al cliente.	84
52	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de tiempo por parte de los empleados para aclararle dudas al cliente.	85
53	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de tiempo por parte de los empleados para aclararle dudas al cliente.	85
54	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición del personal para aclarar dudas.	86
55	Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente conforme al comportamiento de los empleados	87
56	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente conforme al comportamiento de los empleados.	88
57	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente conforme al comportamiento de los empleados.	88
58	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente.	89
59	Seguridad en cuanto a las transacciones que el cliente realiza con Viajes y Turismo TAAN C.A	90
60	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a las transacciones que el cliente realiza con Viajes y Turismo TAAN C.A.	91

	PP.
61	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a las transacciones que el cliente realiza con Viajes y Turismo TAAN C.A. 91
62	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en las transacciones que realiza el cliente con la Empresa 92
63	Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal con el cliente 93
64	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal con el cliente. 94
65	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal con el cliente. 94
66	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal. 95
67	Seguridad en cuanto al conocimiento de los empleados para responder inquietudes de los clientes 96
68	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto al conocimiento de los empleados para responder inquietudes de los clientes 97
69	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto al conocimiento de los empleados para responder inquietudes de los clientes. 97
70	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a responder inquietudes de los clientes 98
71	Empatía en cuanto a la atención individualizada del cliente 99
72	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada del cliente 100
73	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada del cliente. 100
74	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada 101
75	Empatía en cuanto al horario de trabajo conveniente para los clientes 102

	PP.
76	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo conveniente para los clientes. 103
77	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo conveniente para los clientes 103
78	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo. 104
79	Empatía en cuanto a la calidad de atención habitual 105
80	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la calidad de atención habitual 106
81	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la calidad de atención habitual 106
82	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la calidad en atención constante 107
83	Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas del cliente. 108
84	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas del cliente. 109
85	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas del cliente 109
86	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades 110
87	Empatía en cuanto a la preocupación de la organización por los mejores intereses del cliente 111
88	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la preocupación de la organización por los mejores intereses del cliente. 112
89	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la preocupación de la organización por los mejores intereses del cliente. 112
90	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a los mejores intereses de los clientes. 113

Lista de Gráficos

GRÁFICO

	PP.
1 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Personal.	49
2 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Personal.	49
3 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría: Personal	50
4 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Instalaciones Físicas	52
5 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Instalaciones Físicas	52
6 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Instalaciones Físicas	53
7 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Material de Comunicación.	55
8 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Material de Comunicación	55
9 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Material de Comunicación.	56
10 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en la categoría Equipos.	58
11 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en la categoría Equipos	58
12 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en la categoría Equipos.	59
13 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en el cumplimiento de promesas	61
14 Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en el cumplimiento de promesas.	61
15 Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto al Cumplimiento de Promesas	62

16	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en el interés de solucionar problemas que se le presenten al cliente	64
17	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en el interés de solucionar problemas que se le presenten al cliente	64
18	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la solución de problemas	65
19	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la buena prestación habitual de los servicios todo el tiempo	67
20	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la buena prestación habitual de los servicios todo el tiempo	67
21	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto al Servicio Habitual	68
22	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la atención oportuna y eficiente.	70
23	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la atención oportuna y eficiente	70
24	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la Atención Oportuna	71
25	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Fiabilidad, específicamente en la emisión de documentos libres de errores.	73
26	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad, específicamente en la emisión de documentos libres de errores.	73
27	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Fiabilidad del personal en cuanto a la Emisión de Documentos libres de errores.	74
28	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las mejores tarifas para ofrecer.	76

29	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las mejores tarifas para ofrecer.	76
30	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a las tarifas ofrecidas.	77
31	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto al servicio rápido de los empleados	79
32	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto al servicio rápido de los empleados	79
33	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la rapidez del servicio	80
34	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de los empleados para ayudar al cliente.	82
35	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de los empleados para ayudar al cliente.	82
36	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la disposición del personal para ayudar al cliente.	83
37	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de tiempo por parte de los empleados para aclararle dudas al cliente.	85
38	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición de tiempo por parte de los empleados para aclararle dudas al cliente.	85
39	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Capacidad de Respuesta en cuanto a la disposición del personal para aclarar dudas.	86
40	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente conforme al comportamiento de los empleados.	88

	PP.
41	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente conforme al comportamiento de los empleados. 88
42	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la confianza transmitida al cliente. 89
43	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a las transacciones que el cliente realiza con Viajes y Turismo TAAN C.A. 91
44	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a las transacciones que el cliente realiza con Viajes y Turismo TAAN C.A. 91
45	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en las transacciones que realiza el cliente con la Empresa 92
46	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal con el cliente. 94
47	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal con el cliente. 94
48	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a la amabilidad del personal. 95
49	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Seguridad en cuanto al conocimiento de los empleados para responder inquietudes de los clientes 97
50	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto al conocimiento de los empleados para responder inquietudes de los clientes. 97
51	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Seguridad en cuanto a responder inquietudes de los clientes 98
52	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada del cliente 100
53	Distribución de frecuencia absoluta y relativa en cuanto a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada del cliente. 100
54	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la atención individualizada 101

55	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo conveniente para los clientes.	103
56	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo conveniente para los clientes	103
57	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto al horario de trabajo.	104
58	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la calidad de atención habitual	106
59	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la calidad de atención habitual	106
60	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la calidad en atención constante	107
61	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas del cliente.	109
62	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades específicas del cliente	109
63	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la comprensión de las necesidades	110
64	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Esperada en el indicador Empatía en cuanto a la preocupación de la organización por los mejores intereses del cliente.	112
65	Distribución de frecuencia absoluta y relativa referente a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a la preocupación de la organización por los mejores intereses del cliente.	112
66	Contraste de la Calidad Esperada conforme a la Calidad Percibida en el indicador Empatía en cuanto a los mejores intereses de los clientes.	113

LISTA DE FIGURAS.

FIGURA	PP.
1 Modelo de las deficiencias	22
2 Organigrama de Viajes y Turismo TAAN C.A.	33

UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURIA PÚBLICA
COORDINACION DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Satisfacción del Cliente como indicador de la Calidad de Servicio.

Caso Estudio: Viajes y Turismo TAAN C.A.

Autor: Mora B., Orley V.

Tutor: Zambrano M., Nixon A.

Año: 2005

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como propósito evaluar el desempeño de la fuerza de ventas desde la perspectiva del cliente de la Pasteurizadora Táchira C.A ubicada en el Sector la Concordia de la Ciudad de San Cristóbal Estado Táchira. El estudio realizado, estuvo enmarcado en una investigación de Diseño de Campo de tipo Descriptiva. La importancia del mismo radica en conocer la perspectiva que tiene el cliente con respecto a la labor que efectúa la fuerza de venta de dicha compañía. La Población estuvo conformada por los Supermercados que son atendidos directamente por los vendedores de la Pasteurizadora. Se usó como técnica para recavar la información la encuesta y se procesaron los datos a través de SPSS. Se concluyó que la gestión de ventas que está realizando en la actualidad la Fuerza de Ventas es muy acorde a los pasos propuestos por Molina (2000), ya que la mayoría de estos se están cumpliendo a cabalidad y de forma continua, pero existieron otros en los que los vendedores no se desempeñaban de la mejor manera, por lo que se recurrió a plantear diferentes recomendaciones según fuese el caso con el fin de mejorar dicha gestión hasta el punto de llegar a la satisfacción total del cliente.