



FACULTAD DE NEGOCIOS.

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN.

“ENFOQUES Y ESTRATEGIAS ORIENTADAS A MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS ORGANIZACIONES LATINOAMERICANAS DURANTE LOS AÑOS 2000 AL 2018. REVISIÓN DE LA LITERATURA.”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración.

Autor:

Erwin Angel Gastiaburu Esqueche
Silvia Lifonso Angulo

Asesor:

Ing. Danny Zelada Mosquera

Trujillo - Perú

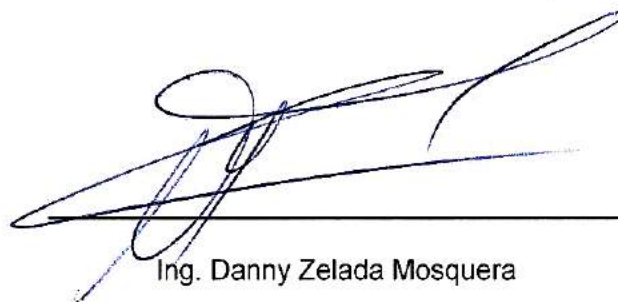
2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Ing. Danny Zelada Mosquera, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de negocios Carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación de los estudiantes:

- Erwin Ángel Gastiaburu Esqueche
- Silvia Lifonso Angulo

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: Enfoques y estrategias orientadas a mejorar el servicio al cliente en las organizaciones latinoamericanas durante los años 2000 al 2018. Revisión de la literatura, para aspirar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual **AUTORIZA** a los interesados para su presentación.



Ing. Danny Zelada Mosquera

Asesor

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	1
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN; Error! Marcador no definido.	
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II METODOLOGÍA.....	11
CAPÍTULO III RESULTADOS.....	13
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	23
Referencias	25
ANEXOS	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la unidad de estudio	18
Tabla 2. Características de la unidad de estudio	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N ° 1. Procedimiento de selección de la variable en estudio	13
Figura N° 2. Numero de publicaciones en el tiempo	14
Figura N ° 3. Reporte de participación universitaria.	15
Figura N ° 4. Ubicación geográfica de las publicaciones.....	16
Figura N ° 5. Diseño de los Artículos.....	17

RESUMEN

La clave para generar una alta lealtad de los clientes es proporcionar un servicio de calidad, ya que si ellos están satisfechos estarán más dispuestos seguir confiando en la organización. La calidad de servicio crea un vínculo emocional con la marca y es el componente principal en la fidelización la cual permite un elevado porcentaje de retención de clientes, con el presente trabajo de investigación se busca exponer a través de una revisión sistemática los diferentes enfoques y estrategias orientadas a mejorar el servicio al cliente en las organizaciones latinoamericanas publicadas en los artículos científicos indexados en revistas peruanas y extranjeras, redactadas en español. La búsqueda de información se realizó en las siguientes bases de datos: Dialnet, Doaj.org, Scopus, PubMed, Scielo, Redalyc y google académico, además de los repositorios universitarios peruanos de libre accesos tales como Repositorio virtual de la universidad privada del norte. Utilizando para la búsqueda la combinación de palabras: servicio al cliente / organización/ empresa/ latinoamericanas/américa / latina. La unidad de estudio se construyó con 15 artículos científicos citados en la presente investigación, en donde se destaca como idea principal que la rápida adaptación de los sistemas de atención al cliente es garantía del éxito de las organizaciones latinoamericanas.

PALABRAS CLAVES:

Revisión sistemática, servicio al cliente, organización, empresas latinoamericanas, américa latina

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

Referencias

- Agudelo, M., Alveiro, C., & Ramiro, B. S. (2013). El CRM Como Herramienta Para El Servicio Al Cliente En La Organización. *Revista Científica "Visión de Futuro"*.
- Cabrera, S. (2013). La fidelización del cliente en negocios de restauración. *Revista investigacion Científica*.
- Cordero, G. I. (2017). Estrategias Para La Recuperación Del Servicio En La Satisfacción Del Cliente. Análisis Empresas De Telefonía Móvil. *Revista Digital de Marketing Aplicado*, 12.
- Cuevas, Y. (2016). La importancia de la gestión del cliente. *Eesan*.
- Encuentro De Servicio, V. P. (2005). Irene Gil Saura; Manuel Sánchez Pérez; Gloria Berenguer Contrí; Martina González- Gallarda. *Revista TEC Empresarial*, 7.
- F, C. E., Ferro, L. S., & Mejía, S. E. (2006). Enfoque Estratégico Del Servicio Al Cliente. *Revista Ecomia Actual*, 2.
- García, A. (2016). Cultura de Servicio En La Optimización del Servicio al Cliente. *Revista de Estudios Interdisciplinarios telos*, 15.
- Germán, R. G. (2007). La Calidad Del Servicio Al Cliente En Los Grandes Supermercados De Ibagué: Un Análisis Desde La Escala Multidimensional (SERVQUAL).
- judith, H. d., Cecilia, C. A., & Edith, A. C. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista venezolana de gerencia*.
- Peñaloza, M. (2005). El Mix De Marketing: Una Herramienta Para Servir Al Cliente. *Revista Contable Financiera*, 10.
- Romero, G. E. (2006). Principios Y Valores Éticos En Las Organizaciones Bancarias Respecto A La Calidad Del Servicio Y Atención Al Cliente. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Sanches, A. M., & perez, M. p. (2004). Servicio Al Cliente En La Cadena De Suministro Efecto De La Adopción Del EDI. *Revista Economía y Empresa*, 8.
- Urriago, Á. N. (2010). Factores Humanos y Servicio al Cliente en las Empresas.
- Vallespir, C. A., Leal, A. B., Castillo, F., Belma, P. O., & Gozalvo, J. A. (2012). determinación de la calidad del servicio odontológico de un centro de salud pública basado en intangibles talcahuano chile. *Revista economía actual*, 5.
- Vargas, G. V. (2006). El Servicio al Cliente en Toyota. *Revista TEC Empresarial*, 03.