

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB- 12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	1/1

**RESUMEN TRABAJO DE GRADO**

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): ELIVEY APELLIDOS: SIERRA SILVA

NOMBRE(S): WALFERS YAMPIEHR APELLIDOS: OBANDO CAMACHO

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR:

NOMBRE(S): ZULAY APELLIDOS: ALARCÓN RIVERA

CODIRECTOR:

NOMBRE(S): \_\_\_\_\_ APELLIDOS: \_\_\_\_\_

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): LA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE VALOR PARA SERVIENTREGA S.A

**RESUMEN**

Este proyecto trata acerca la cultura de servicio al cliente como estrategia generadora de valor para Servientrega S.A. Para ello, se realizó una investigación tipo descriptiva, con un enfoque cuantitativo, pues se recolectaron los datos o componentes sobre diferentes aspectos organizacionales de Servientrega S.A. Para la recolección de información se aplicó una encuesta aplicada al personal de la empresa Servientrega S.A y una encuesta aplicada al cliente externo de la empresa. La población, corresponde al personal de la empresa Servientrega S.A., en la ciudad de Cúcuta, cuenta con 19 oficinas con 21 empleados. El muestreo, está conformado por los 21 clientes internos de la empresa, de las oficinas de la sede Cúcuta, para evaluar la cultura del servicio al cliente. Se logró, identificar la cultura de servicio al cliente como estrategia generadora de valor para Servientrega S.A. Se realizó, un diagnóstico interno de la empresa Servientrega S.A., en la ciudad de Cúcuta. Seguidamente, se identificó la motivación del cliente interno de Servientrega S.A., en la ciudad de Cúcuta. Posteriormente, se analizó la percepción del cliente externo de los servicios que presta Servientrega S.A., en la ciudad de Cúcuta. Finalmente, se propuso una estrategia de servicio al cliente como estrategia generadora de valor para Servientrega S.A., en la ciudad de Cúcuta.

**PALABRAS CLAVE:** servicio al cliente, diagnóstico interno, estrategia de servicio.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 103 **PLANOS:** \_\_\_\_\_ **ILUSTRACIONES:** \_\_\_\_\_ **CD ROOM:** 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
<b>Fecha</b>	24/10/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

LA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE  
VALOR PARA SERVIENTREGA S.A.

ELIVEY SIERRA SILVA

WALFERS YAMPIEHR OBANDO CAMACHO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

LA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA GENERADORA DE  
VALOR PARA SERVIENTREGA S.A.

ELIVEY SIERRA SILVA

WALFERS YAMPIEHR OBANDO CAMACHO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de:

Administración de Empresas

Directora:

ZULAY ALARCÓN RIVERA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2020

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

San José de Cúcuta, 13 de diciembre de 2019

LUGAR: AULAS NORTE 301

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO: "LA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA  
GENERADORA DE VALOR PARA SERVIENTREGA S.A."

MODALIDAD: TRABAJO DE GRADO

JURADOS:

JOSÉ ORLANDO GARCÍA MENDOZA

ENTIDAD: U.F.P.S.

LUIS AUGUSTO FORERO SEPÚLVEDA

ENTIDAD: U.F.P.S.

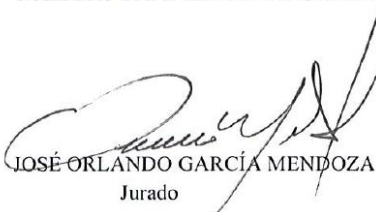
RAQUEL RIVERA ORTEGA

ENTIDAD: U.F.P.S.

DIRECTORA: ZULAY ALARCÓN RIVERA

NOMBRE ESTUDIANTES

	CÓDIGO	CALIFICACIÓN		
		NÚMERO	LETRAS	A - M - L
ELIVEY SIERRA SILVA	1213477	4,2	Cuatro Dos	X
WALFERS YAMPIER OBANDO CAMACHO	1211972	4,2	Cuatro Dos	X

  
JOSÉ ORLANDO GARCÍA MENDOZA  
Jurado

  
LUIS AUGUSTO FORERO SEPÚLVEDA  
Jurado

  
RAQUEL RIVERA ORTEGA  
Jurado

Vº Bº   
ZULAY ALARCÓN RIVERA  
Directora  
Programa Administración de Empresas

*Lela P.*

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	16
1. Problema	18
1.1 Título	18
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.3 Formulación del Problema	19
1.3.1 Sistematización del problema	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo general	19
1.4.2 Objetivos específicos	20
1.5 Justificación	20
2. Marco Referencial	22
2.1 Antecedentes	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	23
2.1.3 Antecedentes locales	25
2.2 Marco Teórico	27
2.2.1 Servicio y servicio al cliente	27
2.3 Marco Conceptual	39
2.4 Marco Legal	40
3. Diseño Metodológico	42
3.1 Tipo de Investigación	42
3.2 Población y Muestra	43

3.2.1 Población.	43
3.2.2 Muestra	43
3.3 Técnicas de Recolección de la Información	45
4. Diagnóstico Interno de la Empresa Servientrega S.A., en la Ciudad de Cúcuta	46
5. Identificar la Motivación del Cliente Interno de Servientrega S.A., en la Ciudad de Cúcuta	50
6. Identificar la Percepción del Cliente Externo de los Servicios que Presta Servientrega S.A. en la Ciudad de Cúcuta	73
7. Propuesta de Estrategia de Servicio al Cliente como Generadora de Valor para Servientrega S.A., en la Ciudad de Cúcuta	91
8. Conclusiones	94
9. Recomendaciones	96
Referencias Bibliográficas	97
Anexos	99