

**Satisfacción de los usuarios en la Incubadora de Negocios Koga,
2018-2021**

María Monserrath Zarazúa Guerrero
Universidad Autónoma de Querétaro

Nota del autor

Facultad de Contaduría y Administración

monserrathzgro@gmail.com

25 de agosto 2023



Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales
de Información



Satisfacción de los usuarios en la Incubadora de
Negocios Koga, 2018-2021

por

María Monserrath Zarazúa Guerrero

se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Clave RI: CALIC-271536

RESUMEN

El objetivo de la siguiente investigación fue evaluar la satisfacción de los usuarios de la Incubadora de Negocios Koga del Municipio de Jalpan de Serra, durante la administración 2018-2021, a fin de conocer la percepción del servicio que tuvieron los participantes para que en futuras administraciones puedan considerarse establecer mejoras y a partir de ello perfeccionar el servicio para que siga en funcionamiento y en constante desarrollo; así mismo, determinar la calidad de servicio que desempeña esta institución.

El interés de esta investigación inicia a partir del cuestionamiento si era factible o no seguir con la implementación de esta área, ya que fue un proyecto nuevo y creado por el Departamento de Desarrollo Económico que a la vez surge como una necesidad y como una solución para aquellos negocios que han sido beneficiados y que por diferentes cuestiones dejan de funcionar.

Es así como esta área es creada en el año 2018; perteneciente a la Dirección de Desarrollo Económico y que hoy en día sigue en función a pesar de que aún sigue en cuestionamiento el proyecto.

Para la realización de esta investigación se utilizó como instrumento un cuestionario; por conveniencia, de tipo no experimental y cuantitativo.

DEDICATORIA

A mi hijo Gael, por su comprensión y paciencia, porque fue el principal testigo del esfuerzo realizado y el sacrificio que tuvimos que pasar juntos para el cumplimiento de este proyecto y por ser la inspiración y motivación principal en mi vida, le dedico con todo mi amor.

A mi madre Josefina Guerrero Arvizu, no me alcanzará la vida para agradecer todo lo que me ha brindado, porque su bendición siempre estuvo conmigo; agradezco de todo corazón por haber estado siempre a mi lado, porque con su amor y sacrificio fue posible cumplir esta meta.

A mi padre José Zarazúa Aguas, por su apoyo y cariño durante este tiempo y la confianza depositada en mí.

A mis hermanos, por su apoyo en los momentos más difíciles durante este proceso, por sus consejos y cariño.

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco infinitamente al Mtro. Eduardo Amador Enríquez quien incondicionalmente inició, acompañó y concluyó este proyecto junto conmigo, por ser parte fundamental para el cumplimiento de este reto. Por su dedicación, apoyo, conocimiento, experiencia, comprensión, enseñanza, motivación, tiempo y todo lo que con esfuerzo invirtió.

Al Dr. Carlos Alberto Murillo Cárdenas, quien fue participe en esta decisión y me motivó a no abandonar este proyecto.

A la Lic. Juliana Rubio Ponce, porque gracias a ella se cumplió con el objetivo de terminar este proyecto, por su paciencia, conocimiento y tiempo invertido.

Al coordinador de la Incubadora de Negocios Koga, Ing. Heriberto Amador Rivera por haberme acompañado en el desarrollo de esta investigación y principalmente por autorizar y brindar información esencial.

A los maestros José Nicandro Medina Olvera, Alicia Botello Trejo, Juliana Rubio Ponce y Edith Montoya Martínez, sinodales.

A la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro y sus autoridades quienes tuvieron la visión incluyente que me permitió formarme e integrarme dentro de ella.

A mi familia por siempre brindarme su apoyo y confianza para cumplir con esta meta tan importante en mi vida y a todas aquellas personas que aportaron un granito de arena y que fueron testigos y me dieron acompañamiento en esas noches de desvelo; por no dejarme sola en los momentos en los que estuve a punto de rendirme y no me dejaron desistir.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO TEÓRICO	2
3. ANTECEDENTES.....	2
3.1 INCUBADORA DE NEGOCIOS.....	2
3.2 CALIDAD	5
3.3 SERVICIO.....	6
3.4 SERVICIO AL CLIENTE.....	7
3.5 CALIDAD EN EL SERVICIO.....	8
3.6 MODELO SERVPERF.....	8
4. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.....	9
4.1 ANTECEDENTES	9
4.2 GIRO	11
4.2.1. MISIÓN	11
4.2.2. VISIÓN	12
5. VALORES.....	12
5.1 HONESTIDAD	12
5.2 RESPETO	12
5.3 CONFIABILIDAD	12
5.4 INTEGRIDAD	13
5.5 CORTESÍA.....	13
6. ORGANIGRAMA	14
Figura 1	14
<i>Organigrama del Municipio de Jalpan de Serra</i>	14
7. ÁREA DE DESARROLLO DEL PROYECTO	15
8. INVESTIGACIONES RELACIONADAS	15
9. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN	17
9.1 JUSTIFICACIÓN.....	17
9.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	18
10. PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	19

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

10.1 OBJETIVOS	19
10.1.2 OBJETIVO GENERAL.....	19
10.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
11. HIPÓTESIS.....	19
12. METODOLOGÍA	19
12.1 TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	19
12.2 TIPO DE ESTUDIO.....	20
12.3 UNIVERSO, POBLACIÓN DE ESTUDIO Y MUESTRA	20
12.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN.....	20
12.5 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN:	20
12.6 CRITERIOS DE ELIMINACIÓN:	20
12.7 METODOLOGÍA PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS	20
13. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	23
13.1 INSTRUMENTOS QUE UTILIZAR.....	23
14. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
14.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	26
14.1.1 DATOS GENERALES:.....	26
15. RESULTADOS	30
15.1 DATOS PROCESO DE INCUBACIÓN.....	30
16. PREGUNTA GENERAL.....	37
17. RESULTADOS DE LA VARIABLE	38
18. PROPUESTAS Y CONCLUSIONES.....	39
REFERENCIAS Y FUENTES CONSULTADAS	41
ANEXOS.....	43
GRÁFICOS.....	64

1. INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación se presenta la forma en que se midió la satisfacción al cliente dentro de la Coordinación de la Incubadora de Negocios, institución perteneciente a la Presidencia Municipal de Jalpan de Serra, la cual se creó a finales de 2018 e inicio sus funciones en 2019 con un total de 20 participantes.

A más de cinco años de su funcionamiento y puesto a que es reciente su creación; surge la importancia de saber si dicha área puede tener un futuro dentro de las nuevas administraciones.

El método que se utilizó para cumplir con el objetivo principal que fue evaluar la satisfacción de los usuarios en la Incubadora de Negocios Koga, por medio de la calidad del servicio; fue mediante el modelo Servperf (Service Performance), método que sirve para la medición del servicio al cliente.

El diseño de investigación es no experimental, con un tipo de estudio de campo con un enfoque cuantitativo, el cual es un cuestionario estandarizado de 15 ítems y 5 dimensiones diseñados de la siguiente manera:

- Dimensión 1. Elementos tangibles que consta de 4 ítems, referidos a la apariencia física de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación.
- Dimensión 2: Confiabilidad con 3 ítems, se trata de la capacidad para ofrecer el servicio prometido de forma seria, segura, formal, libre de dudas, riesgos e inseguridades.
- Dimensión 3: Responsabilidad y capacidad de respuesta con 3 ítems, es el deseo y disposición mostrados por el personal para ayudar al cliente y proveer del mejor servicio rápidamente.
- Dimensión 4: Seguridad, 2 ítems, considerada como la cortesía, el conocimiento, la competencia profesional y la capacidad para inspirar confianza en los usuarios.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

- Dimensión 5: Empatía con 3 ítems se refiere al respeto y consideración personalizada al cliente (Ibarra & Casas, 2014).

Dicho instrumento se resume y recoge únicamente la percepción del cliente en el desempeño de la calidad del servicio otorgado, eliminando las expectativas para un mejor resultado.

De igual manera se basó en una escala de respuestas de Likert de 5 puntos de medición; lo cual permitió obtener resultados cuantitativos y facilitó su interpretación. Con la determinación de estos factores se logró identificar posibles oportunidades de mejoras que ayudarán a ofrecer un mejor servicio y por ende servirá para futuras tomas de decisiones y como base para nuevas investigaciones.

2. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan diferentes investigaciones donde se aborda la importancia y el interés que despertó la incubación de negocios para el desarrollo de las empresas, partiendo de los antecedentes de los trabajos de algunos autores desde el campo internacional, nacional y local.

Se aborda el concepto de la incubadora de negocios, su evolución e importancia, así mismo, elementos como la calidad, el servicio, servicio al cliente, calidad en el servicio y el modelo de Servperf, esto debido a la relevancia de dichos conceptos para fines de esta investigación.

3. ANTECEDENTES

3.1 INCUBADORA DE NEGOCIOS

Comúnmente relacionado con temas de fomento emprendedor y el desarrollo económico de una región, la incubadora de negocios es un tema que ha cobrado protagonismo en las últimas décadas y su proliferación ha ido en aumento en diversos países. A pesar de ello, hay que señalar que no son un fenómeno completamente nuevo (Granados & Almaguer , 2011).

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Existen otros autores que describen los antecedentes de cómo surgen las incubadoras de negocios y cómo se han expandido a lo largo de los años. A continuación, se presentan los aportes más relevantes:

Los primeros antecedentes de incubadoras de negocios se producen en el contexto de la universidad. Desde sus inicios en Estados Unidos, el desarrollo cronológico de este fenómeno ha sido analizado por algunos estudios y por esta razón se ha podido conocer los siguientes acontecimientos (Lewis & Leblebici, 2011 cómo se citó en Granados & Almaguer , 2011):

- **Década de los 40.** En Nueva York, durante el año de 1942 se creó la Students Agencies Inc. con el objetivo de brindar un espacio físico adecuado para que los alumnos emprendedores pusieran en marcha sus negocios. Posteriormente, se crea la American Research Development fundada por algunos alumnos y el presidente del Instituto de Tecnología de Massachusetts.
- **Década de los 50.** Inicia la ubicación de las industrias de alta tecnología en **Silicon Valley**, emprendiendo un programa de desarrollo tecnológico impulsado por la universidad de *Stanford* y del *Stanford Research Park*, inicialmente dirigido a los estudiantes con el objeto de fomentar el emprendimiento e impulsar la transferencia de tecnología desde la universidad al sector empresarial.
Por otro lado, durante el último año de la década, se crea en Batavia, Nueva York, el Batavia Industrial Center, comúnmente conocido como la primera incubadora de negocios de Estados Unidos.
- **En la década de los 70** la National Science Foundation crea la primera incubadora de base tecnológica, convirtiéndose en una de las principales fuentes de fomento a la investigación básica financiada por el gobierno de Estados Unidos. A pesar de estos antecedentes, es hasta finales de los 70 cuando emerge el interés por las incubadoras de negocios.
- **En la década de los 80**, se inicia el boom del interés, tanto por el sector empresarial como por el gobierno. Por una parte, aumentan los programas y

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

las estructuras de apoyo por medio de diversas instituciones gubernamentales. La agencia federal para el desarrollo de la pequeña empresa en los Estados Unidos, Small Business Administration (SBA), inicia un programa para brindar asesoría, capacitación y recursos a empresarios de las pequeñas empresas y comienza su programa enfocado a las incubadoras de negocios.

- **Década de los 90:** el número de incubadoras de negocios se ha incrementado no solo en Estados Unidos, sino que su popularidad se ha extendido a diversos países. Debido al papel que han desempeñado en la fundación, crecimiento y supervivencia de empresas, su estudio y el elevado número de incubadoras de negocios creadas constituyen una novedad.

En México el concepto es reciente puesto que las primeras apariciones de las incubadoras son a partir del año 2000. A finales del 2018 en México existían 179 incubadoras básicas y 79 de alto impacto (INADEM, 2018, citado en Landeros & et al, 2018).

Por otro lado, la incubadora de negocios, se entiende como la plataforma institucional que se crea con la finalidad de impulsar la creación de empresas (Stevenson, 1996, citado en Mayer & et al, 2020).

Por último, también, actúa como un elemento indispensable para minimizar los obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores en sus esfuerzos por crear nuevas empresas, y en términos generales, busca incentivar e incrementar el interés de los individuos en cuanto a sus aspiraciones de desarrollar ideas potencialmente productivas (Gnyawali, 1994, citado en Mayer & et al, 2020).

Los autores concluyen que la afluencia de las incubadoras de negocios en México y en diferentes países ha ido en aumento, con el principal objetivo de la implementación de nuevas empresas, facilitando a los emprendedores los recursos necesarios para iniciar una empresa; teniendo un progreso de manera significativa anualmente.

3.2 CALIDAD

El concepto de calidad ha tenido cambios que se han basado en la transformación de los procesos productivos dentro de las industrias, por lo que resulta difícil una definición general de la misma, surgió con el objetivo de mejorar y facilitar los procesos a fin de satisfacer necesidades básicas del hombre y que con el paso del tiempo ha evolucionado para cumplir con las expectativas más allá de una necesidad, algunos autores lo definen de la siguiente manera:

Calidad es una cuestión humana y que por tanto es tan antigua como el origen del hombre, no surgió en un momento histórico preciso, más bien se origina cuando el hombre busca satisfacer sus necesidades (Arias Puentes, 2011 como se citó en Cubillos & Rozo , 2009).

Por su parte, Ishikawa (1998, como se citó en Cubillos & Rozo , 2009) supuso que la calidad es el hecho de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad. Este producto debe ser el más económico, el más útil y resultar siempre satisfactorio para el consumidor final.

Una característica particular de los modelos de gestión de calidad es su carácter global, dado que incluye la organización completa: personas, departamentos, facultades, actividades, procesos. Todos los miembros de la organización tienen el deber de identificar, controlar y mejorar los grados de calidad bajo su responsabilidad (Cubillos & Rozo , 2009).

La calidad como satisfacción, se define de acuerdo a las expectativas del cliente donde la importancia de la orientación al mismo para la medición de calidad es la percepción por el consumidor, ya que se basa en quien la percibe. Así mismo, la empresa deberá centrar su atención en las expectativas de los clientes para intentar satisfacerlas o superarlas con su producto. Ésta es una definición de calidad enfocada hacia agentes externos a la organización (Camisón et al, 2006).

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.3 SERVICIO

Es el trabajo, actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. También permite referirse a la prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales. (Duque & Edison, 2005).

Son actividades, beneficios o satisfacciones que ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. (Murillo, 2018).

En su investigación Eduarte (1999) sustenta que:

Desde finales de la década de los ochenta, la tendencia en el mundo es la globalización de los mercados; pero esta apertura no sólo significa amenazas para los pequeños países, sino que, por el contrario, constituye una fuente de excelentes oportunidades de desarrollo.

Para poder enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades, es absolutamente necesario cambiar los paradigmas de manejo de las empresas e instituciones, propios de la Era Industrial, por los paradigmas propios de la Era del Conocimiento que enfoca su atención en el tema de la Calidad Total.

Una organización puede ser muy eficiente en sus procesos y en su dirección interna, pero solamente mejorará su efectividad y la calidad de sus productos o servicios, si mira con prioridad a sus clientes, que son en última instancia su razón de ser y existir.

El servicio al cliente es una filosofía de trabajo. No es necesariamente una estructura definida en la organización, sino una forma de trabajo interiorizada en cada persona que da servicio a un cliente, no importa si es interno o externo. Para mayor claridad, se entiende por filosofía, un conjunto de creencias sobre las que todo el mundo está de acuerdo y puede darse en cualquier nivel (Eduarte , 1999).

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.4 SERVICIO AL CLIENTE

El servicio al cliente no es una decisión optativa si no un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso (Causa, 2005 citado en Murillo, 2018).

Por otro lado, el servicio consiste en el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual depende su supervivencia y éxito (Montoya & Boyero , 2016).

El servicio consiste en un proceso o conjunto de acciones que generalmente rodea el momento de la compra, por esa razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción (Aguliar & Vargas, 2010 citado en Montoya & Boyero, 2016).

El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional (Lovelock,1990 citado en Duque & Edison , 2005).

Las empresas y organizaciones del siglo XXI se enfocan cada vez más en la importancia que tiene el cliente en la proyección de su negocio, por lo que guían su atención hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, ya que los consumidores de esta época suelen dar mayor importancia a los atributos intangibles de los productos que consumen: los servicios (Pérez, 2006 citado en García, 2016).

Así mismo, se requiere de una mejor metodología para los procesos del servicio como mantener una escucha activa con el cliente o evaluar sus percepciones mediante encuestas. Debido a que la naturaleza del servicio es multidimensional contiene elementos tangibles y propios que deben ser diagnosticados correctamente, por ello se ponen en práctica los modelos de medición (García, 2016).

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Queda entendido que el servicio al cliente es un conjunto de actividades diseñadas de forma estratégica para ofrecerlo al cliente con el fin de satisfacer sus necesidades y expectativas. Por su parte, la cultura de servicio es un factor interno que surge de la mezcla de muchos aspectos, los cuales delimitan la forma como se determinan los procesos de producción del servicio (García, 2016).

3.5 CALIDAD EN EL SERVICIO

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización (López, 2013).

La calidad en el servicio se considera una alternativa para que las empresas puedan obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas deben ofrecer una mayor calidad en el servicio que las empresas grandes, y así obtener la preferencia de los clientes (Silva et al, 2021).

3.6 MODELO SERVPERF

Servperf debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (SERVice PERFormance) para la medida y evaluación de la calidad del servicio. Cabe señalar que esta metodología se compone de los mismos ítems y dimensiones que utiliza el Servqual, la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes (Ibarra & Casas, 2014).

El modelo Servperf nos permite medir el nivel de calidad de cualquier empresa que brinde un servicio donde se conoce las valoraciones de los clientes con respecto a la prestación que reciben y de esta manera plantear estrategias viables que beneficien a la empresa y al cliente (Ibarra & Casas, 2014).

El modelo de evaluación Servperf (Service Performance) cuyo nombre se debe a la atención que presta el empleador evaluando su desempeño al momento de brindar un servicio. "Una de las ventajas del Servperf es la claridad del encuestado al

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

momento de proporcionar mayor precisión en sus respuestas” (Ibarra & Casas, 2014). Una de las ventajas del SERVPERF es la claridad del encuestado al momento de proporcionar mayor precisión en sus respuestas” (Esteban & Rubio, 2006 citado en Ramos et al, 2020).

(Cronin y Taylor, 1992 citado en Ramos & et al , 2020) proponen dimensiones para evaluar la calidad del servicio desde la perspectiva:

- Aspectos tangibles: se entiende como el estado en que se encuentra la infraestructura física del establecimiento, así como también los materiales de comunicación que intermedian en el servicio, todo ello proyecta una imagen que el cliente tendrá en cuenta para evaluar si el servicio que se les brinda es tal como lo esperan.
- Confiabilidad: en ella se evalúa la habilidad de los trabajadores al momento de realizar una actividad; es decir brindar un buen servicio desde el primer momento, respuesta rápida se valora el interés en ayudar a los consumidores y la disposición que emplean en realizar un servicio oportuno.
- Seguridad: se evalúa el reconocimiento del servicio brindado y cortesía de los empleados esta dimensión abarca fundamentalmente el conocimiento y la actitud que proyecta el personal.
- Empatía: se evalúa el deseo del empleado en ayudar a los clientes, es decir brindar una atención personalizada (Sotomayor, 2014 citado en Ramos et al, 2020).

4. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

4.1 ANTECEDENTES

Es necesario comprender el surgimiento de la Incubadora de Negocios Koga, así como qué le antecede y el por qué fue necesaria su creación, a continuación, de acuerdo con información obtenida del Manual General de Organización del Ayuntamiento del Municipio de Jalpan de Serra, publicada en la página oficial de transparencia del municipio, se presenta una semblanza en la cual se especifican los momentos más relevantes dentro del Municipio de Jalpan de Serra que influyeron para la creación y consolidación de la Incubadora:

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

El Municipio de Jalpan de Serra, Querétaro; fue fundado como misión franciscana en 1744 y para el año 1825 se convierte en una de las municipalidades del estado de Querétaro. Desde entonces ha habido sucesivos cambios en el desarrollo demográfico, urbano, político, social y cultural.

En el año de 1824, Querétaro era considerado como Municipio, por lo que Jalpan se une a Querétaro mediante la gestión del C. Félix Osoreo Sotomayor, siéndole concedida su estatalidad; toda vez que Jalpan constituía un vasto territorio desde los límites de la municipalidad de Cadereyta hasta Ahuacatlán de Jesús, hoy Municipio de San Luis Potosí. En este período del siglo XIX, las autoridades locales son electas en reuniones y convivencias de sus habitantes, la estructura del gobierno municipal estaba formada por: un presidente Municipal, un secretario del H. Ayuntamiento, un Tesorero, un secretario del Registro Civil, dos Regidores, y un comandante de Policía y alcalde.

En 1904, el gobernador Francisco Gonzáles de Cosío emite un decreto por el cual la villa de Jalpan alcanza el rango de ciudad. En el año de 1919, el Gobernador del Estado, C. Salvador Argain Domínguez, publica el decreto de creación del Municipio de Jalpan, Querétaro, siendo el primer presidente Municipal el C. Lucio Olvera.

En el año 1976, Jalpan cambia su nombre a Jalpan de Serra en honor al evangelizador de la región y como resultado de la firma de un Pacto de Hermandad con la Ciudad de Petra de Mallorca, España.

En la década de los ochenta, existe una mayor participación de recursos Federales al Municipio, a través de programas de Fortalecimiento Municipal. Por lo que emergen nuevos retos para el gobierno municipal en materia organizacional, técnica y administrativa. En tal sentido, se crea un departamento de Obras Públicas y una Secretaría Particular. Así mismo, se contrata personal técnico especializado, tanto en la Secretaría del H. Ayuntamiento como en la Tesorería Municipal.

En el año de 1991, con la creación de la Casa Municipal de la Cultura, el Museo Histórico de la Sierra Gorda y el Centro de Readaptación Social, se robustece el aparato administrativo municipal. En el mes de octubre, fueron creadas la Oficialía Mayor y la Coordinación de Eventos Especiales.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Para el año 2012, se realizó la actualización del Manual General de Organización de la Administración Pública Municipal; integrando la Dirección de Juventud y la Dirección de Cultura, la Dirección de Deportes y la Dirección de Desarrollo Social.

En el año 2018, con la actualización del Manual General de Organización del Municipio de Jalpan, se crea la Unidad de Acceso a la información, la Unidad de Planeación y Evaluación, la Coordinación de Atención al Migrante, la Coordinación del Rastro Municipal, la Coordinación de Imagen Institucional, Deportes pasa a ser Coordinación, la Coordinación de Turismo cambia a ser Dirección de Turismo y desaparece la Coordinación de Atención Ciudadana.

En el año 2019, se realizan adecuaciones a la estructura de organización y funcionamiento en las Direcciones de Turismo y Desarrollo Agropecuario y se crean las siguientes entidades: Coordinación de Desarrollo Político, Dirección de Desarrollo Económico, Coordinación de Turismo, Coordinación de Desarrollo Agropecuario, Coordinación de Incubadora de Negocios y Coordinación de Desarrollo Ambiental, desaparece la Coordinación de Imagen Institucional (H. Ayuntamiento , 2018).

4.2 GIRO

La presidencia Municipal por ser una institución gubernamental se dedica a la prestación de servicios en beneficio de la comunidad, pues fue creada con la finalidad de brindar atención a la población facilitando el acceso a diversos beneficios y programas (H. Ayuntamiento , 2018).

4.2.1. MISIÓN

Brindar un servicio cercano, sensible, incluyente y de calidad. Responsable con los recursos Públicos para impulsar el desarrollo del Municipio, con la firme convicción de mejorar el nivel de vida de los Jalpenses (H. Ayuntamiento , 2018).

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

4.2.2. VISIÓN

Mediante el trabajo colaborativo y el impacto positivo en los habitantes del municipio, ser ejemplo del desarrollo sostenible del país. Ofreciendo oportunidades de crecimiento para todos, a través de la gestión de recursos e impulsando los medios naturales y culturales que permitan promover la paz y la seguridad de los ciudadanos (H. Ayuntamiento , 2018).

5. VALORES

5.1 HONESTIDAD

Promover la transparencia y la rendición de cuentas, conduciéndose con verdad. Actuar a favor de que en el trabajo exista la austeridad de bienes y la moderación en su consumo, así como la eficacia y la eficiencia en la utilización de los recursos humanos, materiales y financieros del municipio, bajo el concepto de una administración debidamente programada y planeada. Ello involucra no utilizar el cargo o puesto para obtener algún beneficio ilegítimo. Tampoco buscar o aceptar compensaciones de cualquier persona, contratista o prestador de servicio (H. Ayuntamiento , 2018).

5.2 RESPETO

Ser siempre cortés y atento con los compañeros y/o compañeras de trabajo, así como con quienes tratan laboralmente y con toda persona en general, al conducirse de manera coherente con los principios y valores manifestados en el código de ética de los servidores públicos del municipio de Jalpan de Serra, los cuales orientan sus actitudes, decisiones y acciones (H. Ayuntamiento , 2018).

5.3 CONFIABILIDAD

Como servidor público los actos serán competentes, seguros y confiables en el cumplimiento de sus obligaciones. Esforzándose por atender opiniones y posiciones de los demás y se respeten los derechos de todos los seres humanos con los que traten, ya sean personal del Municipio, militantes o dirigentes de los partidos políticos, representantes del gobierno o de las organizaciones civiles y

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

principalmente, con los ciudadanos, afirmando plenamente su solvencia moral (H. Ayuntamiento , 2018).

5.4 INTEGRIDAD

Guiar su conducta con base en los valores de honestidad, rectitud y respeto, creándose en cada uno de sus actos; considerando que son servidores públicos que se deben a la ciudadanía y al Municipio, cumplir con excelencia y oportunamente los compromisos y acuerdos en el trato con las compañeras y compañeros de trabajo y con las personas en general; colaborar con profesionalismo, conciencia y voluntad en las decisiones tomadas por las instancias debidamente facultadas (H. Ayuntamiento , 2018).

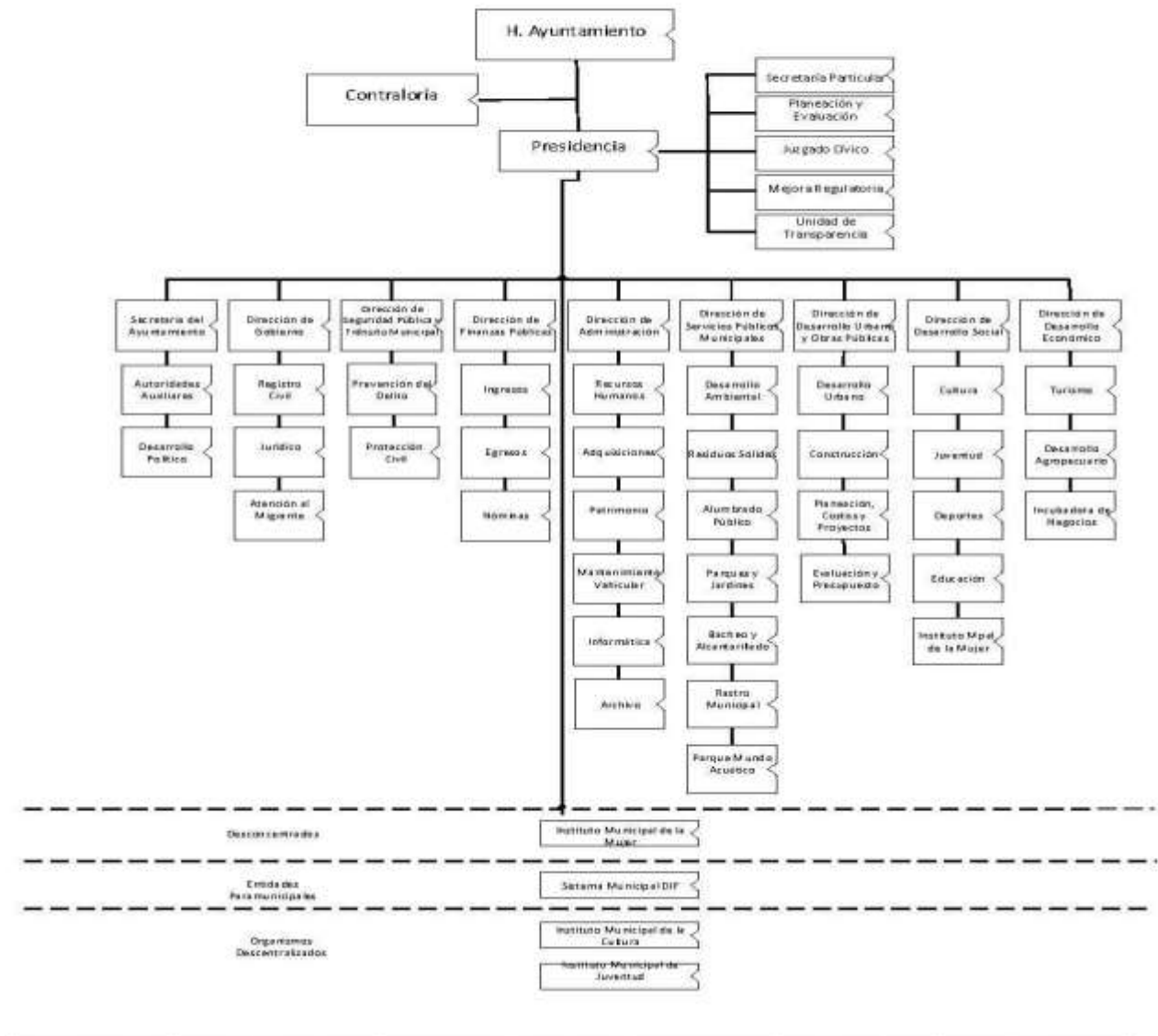
5.5 CORTESÍA

Es la forma de exteriorizar el respeto y consideración debida por parte de los servidores y/o funcionarios públicos de la administración Pública Municipal, a sus superiores jerárquicos, pares, subalternos, justiciables, testigos, abogados y en general a cualquier persona con la que directamente se relacionen (H. Ayuntamiento , 2018).

6. ORGANIGRAMA

Figura 1

Organigrama del Municipio de Jalpan de Serra



7. ÁREA DE DESARROLLO DEL PROYECTO

La Incubadora de Negocios Koga es una iniciativa por parte del Gobierno Municipal en la administración 2018-2021, y se crea por la necesidad de capacitar y formalizar a negocios locales, que ayuda con un plan de negocios para iniciar un proyecto o reforzar a quien ya esté en operaciones, adicional a esto, se da acompañamiento para participar en diferentes convocatorias y tengan oportunidad para financiar la idea de negocio, anteriormente en el municipio se contaba con un área de gestión, pero la finalidad de este, solo era realizar el proyecto y entregar el recurso al beneficiario, por esta razón, varios negocios que eran apoyados fracasaban al poco tiempo de haber iniciado, esto sucedía por falta de conocimiento en administración de empresas, es por ellos que se toma la decisión de implementar este departamento (Koga , 2018).

Esta nueva idea surge a partir de dar solución a la problemática y con la idea de que los negocios que fueran apoyados, dieran continuidad a sus funciones; con el propósito de desarrollar e innovar sus ideas, siendo el área de la Incubadora de Negocios, perteneciente al Departamento de Desarrollo Económico del Municipio de Jalpan de Serra, Qro.

8. INVESTIGACIONES RELACIONADAS

Arbieto (2017) investigó la influencia de las dimensiones de la calidad de servicio en la reputación corporativa de las empresas Courier en Lima con la finalidad de brindar una herramienta de medición que permite saber a las empresas su situación reputacional desde un enfoque interno y que considere a las dimensiones de la calidad de servicio como criterios de evaluación.

El interés en esta investigación surgió por la relevancia que han tomado ambas variables en las empresas de servicio en los últimos años, la calidad de servicio, como un elemento diferenciador y la reputación como activo intangible y estratégico.

Para el desarrollo del estudio analizó los aportes de los instrumentos de medida más influyentes en calidad de servicio y reputación corporativa y con ello un modelo propuesto basado en la herramienta SERVQUAL y en el modelo de reputación

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

corporativa de (Olmedo & Martínez, 2017 como se cita en Arbieta , 2017). El modelo incluye un cuestionario el cual fue aplicado a una muestra representativa de empresas del sector Courier.

De igual forma se aprecia la aplicación del modelo Servperf (Service Performance) en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio, donde se propuso usar un cuestionario estandarizado de 15 ítems, mediante el modelo Servperf propuesto por (Cronin y Taylor, 1992 citado en Ibarra & Casas , 2014), el cual se basó en la percepción del cliente en el desempeño de la calidad del servicio otorgado. Se trabajó con los cinco centros de atención a clientes Telcel, localizados en Hermosillo, Sonora; el objetivo fue identificar qué factores determinan la satisfacción del cliente por medio de la calidad del servicio, aplicando el modelo Servperf, para demostrar si existe una relación positiva entre el servicio y el grado de satisfacción del cliente.

Por otra parte, existe la evaluación del servicio de urgencias en un hospital público a través del modelo Servperf por (Vizcaino et al., 2016), en dicho estudio se evalúa la calidad del servicio del área de urgencias de un hospital público desde la percepción de los pacientes atendidos, con un enfoque cuantitativo siendo de tipo descriptivo transversal y correlacional. El objetivo fue identificar los niveles de satisfacción e insatisfacción para evaluar la calidad del servicio desde las dimensiones del modelo Servperf La selección de datos fue por muestreo aleatorizado, utilizando la encuesta en su modalidad de cuestionario para la recolección de datos, midiendo la percepción de la calidad y satisfacción del servicio, el procesamiento de datos fue a través del software SPSS versión 20 y se utilizó estadística descriptiva, así como análisis de varianza. Entre los principales resultados el servicio independientemente del turno y día es homogeneizado influyendo factores extrínsecos relacionados directamente con el paciente, así mismo existen mayores niveles de satisfacción que insatisfacción en las cinco dimensiones analizadas del servicio hospitalario (Vizcaino, 2016).

En este sentido, se tiene el impacto del servicio al cliente de las empresas mexicanas en función de la atención al cliente por Gálvez Moreno E.J., Vargas Hernández J.G en 2011, en donde el propósito de tal investigación fue medir el nivel

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

de atención al cliente de las empresas mexicanas en función del servicio al cliente, considerando que el servicio al cliente está directamente relacionado para ofrecer una buena atención al cliente (Vizcaino, 2016).

En esta tesitura existe la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas en 2015 por INCA ALLCCAHUAMAN MIKER, donde el objetivo fue determinar la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Municipalidad Distrital de Pacucha. A través de la aplicación de encuestas y la respectiva tabulación de los datos con el programa Spss y el coeficiente de Spearman, se determinó que existe una correlación positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Quiere decir que, a buena calidad de servicio, habrá mayor satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha (Inca, 2015).

Es así como después de haber analizado y descrito conceptos y modelos de diversos autores, se usará el modelo Servperf, como un método simplificado y sencillo de aplicar, así mismo, para una mejor interpretación la escala Likert que permite interpretar los resultados de una manera más sencilla.

9. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

9.1 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, la calidad del servicio es un aspecto que ha logrado la fidelidad de los clientes, sin embargo, es un tema que ha perdido importancia para muchas empresas e instituciones. Siendo la Coordinación de la Incubadora de Negocios Koga un área que está dedicada a la prestación de servicios se definirá de manera específica la correcta comunicación entre los ciudadanos y los prestadores de servicios, por medio de elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, siendo estas 5 dimensiones las que permitirán proponer una mejora para corregir los errores presentados y crear una buena experiencia dentro de las instalaciones ya que al evaluar cada rubro que pide el procedimiento, permite saber si fue eficiente el trabajo por parte del personal o no, y qué aspectos se pueden cambiar.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Por lo tanto, es pertinente, factible y justificable un estudio que evalúe la satisfacción de los clientes respecto al servicio que recibieron por parte de la Incubadora de Negocios Koga para conocer si es factible que siga en funcionamiento o no.

9.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La Incubadora de negocios es un área que se desarrolló recientemente y debido a que es un proyecto nuevo dentro del Municipio de Jalpan de Serra, se ha puesto en cuestionamiento su seguimiento.

A partir de ello, se ha generado la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el nivel de satisfacción generado en los usuarios de la incubadora en el periodo 2018-2021? Pregunta que de acuerdo al análisis de la evaluación de los clientes; se podrá conocer si los participantes están satisfechos o no con el servicio brindado y, por lo tanto, podría ayudar a la toma de decisión sobre su continuidad y mejoras que esta debería tener, de acuerdo y mediante la satisfacción de los ciudadanos que recibieron el servicio que ofrece la Incubadora Koga en los años anteriores, durante su funcionamiento.

Para sobrevivir en una industria de servicios, una empresa debe desarrollar una nueva estrategia para satisfacer a sus clientes; desarrollar la lealtad de los clientes no es una opción en los negocios, es una forma de desarrollar una excelencia competitiva sostenible. En el entorno actual, la entrega de un servicio de alta calidad es la clave para una ventaja competitiva sostenible (Jamaluddin y Ruswanti, 2017 como se citó en Mejías, 2018).

Por lo tanto, de acuerdo a lo revisado y lo descrito en esta investigación, es posible observar que la Incubadora de Negocios Koga carece de un instrumento que le permita conocer la satisfacción de sus usuarios, por lo tanto, no existe forma que compruebe y ayude a determinar si su permanencia es necesaria o no.

10. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

10.1 OBJETIVOS

10.1.2 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la satisfacción de los usuarios en la Incubadora de Negocios Koga durante 2018-2021 en el Municipio de Jalpan de Serra.

10.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar a los usuarios de la incubadora Koga del Municipio de Jalpan de Serra beneficiarios en la administración 2018-2021.
- Identificar la satisfacción de los usuarios de los servicios prestados en la Incubadora Koga.
- Establecer oportunidades de mejoras en los servicios que presta la incubadora.

11. HIPÓTESIS

La calidad del servicio que ofrece la Incubadora es buena, sin embargo, para que los usuarios estén satisfechos se requieren de mejoras para su buen funcionamiento.

12. METODOLOGÍA

12.1 TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es no experimental, debido a que se realizó a un grupo que ya está determinado y se evaluó de acuerdo con los hechos que ya ocurrieron y de acuerdo con lo que menciona el autor:

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

12.2 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio es de campo ya que se realizó una encuesta al grupo ya establecido y de acuerdo con hechos que ya sucedieron:

Según (Cajal, 2002) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

12.3 UNIVERSO, POBLACIÓN DE ESTUDIO Y MUESTRA

La investigación se aplicará a los 96 usuarios que recibieron el servicio dentro de los 5 procesos de incubación durante 2018-2021 (Koga , 2018). Utilizando muestra por conveniencia de acuerdo al acceso y disponibilidad de los usuarios.

12.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Usuarios que:

Fueron aceptados de acuerdo con las convocatorias lanzadas por la Incubadora de Negocios.

Participaron en los 5 procesos de incubación en los años 2019, 2020 y 2021.

12.5 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN:

Usuarios que: Se nieguen a realizar la encuesta.

12.6 CRITERIOS DE ELIMINACIÓN:

Usuarios que: No brinden información verídica y/o confiable

12.7 METODOLOGÍA PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Se realizó una investigación con un enfoque cuantitativo. A partir de esta, se utilizaron datos provenientes de la Incubadora de Negocios Koga, en el Municipio de Jalpan de Serra, departamento del servicio que se evalúa. La población objeto

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

de estudio está conformada por 96 usuarios, los cuales fueron aspirantes y cumplieron con los requisitos de las convocatorias para entrar a dicho proceso.

Como herramienta se utilizó la encuesta siendo una de las técnicas destinada a obtener datos, de acuerdo con el modelo orientado a las 5 dimensiones elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, del modelo *Servperf*.

Tabla 1

Dimensiones del cuestionario de percepciones

DIMENSIÓN	NOMBRE
1	Elementos tangibles
2	Confiabilidad
3	Responsabilidad y capacidad de respuesta
4	Seguridad
5	Empatía

Nota: Adaptado del modelo *Servperf*.

El cuestionario permite medir la satisfacción utilizando tan solo la percepción, a través de 15 ítems agrupados en las 5 dimensiones utilizadas por el modelo SERVQUAL, haciendo uso de la escala de respuestas elementos de tipo Likert de 5 puntos (las respuestas a las preguntas del cuestionario se hacen especificando en 5 niveles el acuerdo o desacuerdo con el enunciado), de acuerdo con la escala Likert. Para este concepto el autor (Ibarra & Casas, 2014) refiere: Las llamadas “escalas Likert” son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Tabla 2*Escala Likert utilizada en el instrumento*

NI EN ACUERDO				
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	EN DESACUERDO	NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	<i>TOTALMENTE DE ACUERDO</i>
1	2	3	4	5

Además, se incluyeron preguntas de información general, como edad, nivel de estudios, estatus actual y una pregunta para evaluar la calidad del servicio global que se ofreció.

13. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN.

13.1 INSTRUMENTOS QUE UTILIZAR.

Los instrumentos que se utilizaron fueron los siguientes: el cuestionario elaborado en Google como herramienta que facilitó la aplicación e interpretación, así como el modelo Servperf y la escala de Likert.

TABLA 3

Instrumento de medición: Cuestionario

DIM	ELEMENTOS QUE COMPONEN A CADA DIMENSIÓN EVALUADA
1	<ul style="list-style-type: none"> • La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio? • Las instalaciones físicas de la Incubadora de Negocios ¿Son cómodas y visualmente atractivas? • Los elementos materiales (folletos, difusión y publicidad) ¿Son visualmente atractivos y sencillos para usted? • La Incubadora de Negocios Koga ¿Tiene todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su visita?
2	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando la Incubadora de Negocios y/o empleados le prometen hacer algo en cierto tiempo, ¿Se lo cumplen? • Cuando usted tiene un problema, la Incubadora de Negocios Koga ¿Muestra un sincero interés en solucionarlo? • La Incubadora de Negocios Koga y el empleado ¿Realizan habitualmente bien el servicio?
3	<ul style="list-style-type: none"> • Si necesitó resolver alguna duda ¿Se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

- Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Le ofrecen un servicio rápido y de calidad?
- El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado ¿Fue satisfactorio?
- 4** • ¿Se siente confiado y seguro con la Incubadora de Negocios Koga cuando acude a realizar algún servicio?
- ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?
- ¿En la Incubadora Koga, se le da una atención personalizada?
- 5** • Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Se preocupan por sus mejores intereses y necesidades específicas?
- La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con horarios flexibles y adaptados para brindarle a usted un servicio?

Fuente: Ibarra Morales, L.E. Casas Medina, E.V. (2014). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. Universidad Estatal de Sonora.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Tabla 4

Significado de la escala Likert para interpretar la satisfacción del cliente de acuerdo con las percepciones del servicio brindado

NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT	SIGNIFICADO	RANGO DE PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
1	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0-20
2	EN DESACUERDO	20-40
3	NI EN ACUERDO NI DESACUERDO	40-60
4	DE ACUERDO	60-80
5	MUY DE ACUERDO	80-100

Fuente: (Ibarra & Casas, 2014). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. Universidad Estatal de Sonora.

14. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

14.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Posterior a la aplicación del cuestionario, realizado a 54 de 96 usuarios de la Incubadora de Negocios Koga, participantes en los 5 procesos de incubación y respecto a su evaluación; se obtuvieron los resultados que a continuación se describen.

14.1.1 DATOS GENERALES:

GÉNERO DE LOS PARTICIPANTES

Como primer dato, de los 54 participantes en la investigación se obtuvo la participación de 37 mujeres correspondiente al 68.5% y 17 hombres que representan el 31.5% del total.

TABLA 5

Genero

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>MUJER</i>	37	68.50%
<i>HOMBRE</i>	17	31.50%
TOTAL	54	100%

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

EDAD

De acuerdo a los datos, la edad de los encuestados, se encuentran en un rango entre 20 y 62 años.

TABLA 6*EDAD*

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>20-35</i>	<i>27</i>	<i>50%</i>
<i>35-50</i>	<i>20</i>	<i>27%</i>
<i>50-65</i>	<i>7</i>	<i>12.97%</i>
TOTAL	54	100%

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

NIVEL DE ESTUDIOS

En cuanto el grado de estudios, se percibe que el nivel con mayor porcentaje, es el nivel profesional con un 40.7%, el 37% cuenta con secundaria, 18.5% bachillerato y tan solo el 3.7% con primaria

TABLA 7*Escolaridad*

ESCOLARIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>PROFESIONAL</i>	22	40.70%
<i>SECUNDARIA</i>	20	37%
<i>BACHILLERATO</i>	10	18.50%
<i>PRIMARIA</i>	2	3.70%
TOTAL	54	100%

ESTADO CIVIL

Además, como dato complementario el estado civil de los participantes son 29.6% solteros, 29.6% casados, 29.6% unión libre y el 9.3% divorciados.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Tabla 8*Estado civil*

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>SOLTEROS</i>	16	29.60%
<i>CASADOS</i>	16	29.60%
<i>UNIÓN LIBRE</i>	16	29.60%
<i>DIVORCIADOS</i>	5	9.30%
<i>VIUDOS</i>	1	1.90%
TOTAL	54	100%

15. RESULTADOS**15.1 DATOS PROCESO DE INCUBACIÓN****PREGUNTA 1**

¿En qué año ingresó a la Incubadora de Negocios Koga?

Tabla 9

Usuarios de la Incubadora de Negocios por año

AÑO	USUARIOS	PORCENTAJE
<i>2019</i>	17	31.50%
<i>2020</i>	26	48.10%
<i>2021</i>	11	20.40%
TOTAL	54	100%

En la primera pregunta se percibe que la mayoría de participantes en la investigación, recibieron capacitación en el año 2020, seguido 17 personas en 2019 y con un total de 11 en el año 2021 respectivamente.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

PREGUNTA 2

¿Cuál es el nombre del proyecto con el que participó?

Tabla 10

Clasificación de proyectos por giro

NO.	PRODUCCIÓN	COMPRA Y VENTA	SERVICIOS
1	CAFÉ	VENTA DE ROPA	FILMACIÓN
2	COSTURA	PLANTAS	DECORACIÓN DE FIESTAS
3	ALIMENTOS	CEREAL BAR	GIMNASIO
4	CHILE MOLIDO	PAPELERÍA	BARBERÍA
5	MIEL		RECICLAJE
6	CARNE DE CONEJO		PSICOLOGÍA
7	HONGOS		GUARDERÍA
8	HERRERÍA		RENTA DE SALÓN DE FIESTAS
9	PRODUCTOS DE HOJA DE MAÍZ		SERIGRAFÍA
10	CARNICERÍA		INSTALACIÓN DE CÁMARAS DE VIGILANCIA

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Tabla 10*Clasificación de proyectos por giro*

NO.	PRODUCCIÓN	COMPRA Y VENTA	SERVICIOS
11	LONCHERÍA		SPA
12	CAFETERÍA		PÁGINAS WEB
13	ALIMENTOS ORGÁNICOS		FILAGE
14	TORTILLERÍA		
15	CARNE ASADA		
16	CARPINTERÍA		
17	PANADERÍA		
18	PRODUCCIÓN DE CHORIZO		
19	REPOSTERÍA		
20	SHAMPOO		
21	ROSTICERÍA		
TOTAL	21	4	13

Los proyectos registrados se clasificaron en 3 giros: producción, compra y venta; y servicios. Entre ellos; venta de ropa, producción de café, taller de costura, desayunos y loncherías, filmación, producción de miel, decoración de fiestas, gimnasio, venta de productos de conejo, producción de hongos, herrería, barbería

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

y estética, productos de hojas de maíz, carnicería, reciclaje, venta de plantas, cereal bar, cafeterías, alimentos orgánicos, atención psicológica, producción de tortillas de maíz, carne asada, carpintería, spa, ludoteca, producción de pan, renta de salón de fiestas, producción de chorizo, serigrafía, repostería, producción de shampoo, creación de páginas web, rosticería, papelería, fillaje y taller de artesanías; de los cuales destacan los negocios de producción.

Esta pregunta se contestó abiertamente y las respuestas fueron las siguientes:

1. Decoraciones Eleazar
2. Apoyo de equipo para gym
3. Zarcón
4. Femin Hifa
5. Taller de costura INNOVO
6. Maluminio
7. Mala fama barber shop
8. Transformando las hojas de maíz
9. Comedor cachum
10. RP Reciclados
11. Lonchería
12. Vivero e invernadero Ombligo de Luna
13. Cereal bar magic Town
14. Cafetería candy
15. Alej, la milpa orgánica
16. Equipamiento para cafetería
17. Atención psicológica
18. (Trend) confección de prendas
19. Tortillería Flor de trigo
20. Carne asada ariciaga
21. Carnicería
22. Deli Lounch
23. Happy Kids
24. Belleza orgánica

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

25. Carpintería Sierra
26. Comedor sofía
27. Pan de pulque
28. Jardín Bernon
29. Choricería Regis
30. Herrería
31. Carpintería
32. Taller serigráfico el puente
33. Repostería Aro'S
34. Cabaña la biznaga
35. Shampoo de Sábila
36. Estética
37. ProgramApp
38. Repostería fa y fa
39. Rosticería
40. Carnicería
41. Carnicería La escondida
42. Carnicería Martínez
43. Panadería La Palma
44. Granja el macoque
45. Papelería
46. Taller de artesanías
47. Darling shop
48. Matita modista
49. Café el colibrí
50. 24/7 FILMS
51. Molino de la sierra
52. Tesalud
53. Taller de alta costura "Dany"
54. Mielebee

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

PREGUNTA 3

¿Concluyó el proceso de incubación?

Tabla 11*Usuarios que concluyeron el proceso de incubación*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<i>SI</i>	43	79.60%
<i>NO</i>	11	20.40%
<i>TOTAL</i>	54	100%

Respecto a la tabla 11, se puede observar que 43 de los 54 participantes en el cuestionario culminó el proceso con un porcentaje equivalente al 79.6% y 11 personas con el 20.4%, no concluyeron la capacitación.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

PREGUNTA 4

Si su respuesta es NO ¿Cuál fue el motivo?

Tabla 12

Motivo por el que no se culminó el proceso de incubación

NO.	RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	FALTA DE TIEMPO (TRABAJO, ESTUDIOS)	3	27.27%
2	CUESTIONES DE SALUD	1	9.09%
3	PANDEMIA	3	27.27%
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	2	18.19%
4	(FALTA DE LUZ O INTERNET)		
5	BAJA	1	9.09%
	FALTA DE PRESUPUESTO	1	9.09%
6			
TOTAL		11	100%

Al analizar las respuestas, las principales causas por las que no concluyeron el proceso de incubación fueron debido a que tenían otras actividades como trabajar y/o estudiar y por lo tanto la falta de coordinación a los horarios establecidos a las capacitaciones.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

La segunda causa fue debido a la suspensión de las capacitaciones por la pandemia mundial ya que las clases se realizaban de manera presencial y al haber contingencia fueron prohibidas las reuniones de cualquier tipo.

Otros de los motivos fueron por cuestiones de salud; porque fueron dados de baja y debido a que no contaban con el presupuesto suficiente para el desarrollo de su proyecto.

16. PREGUNTA GENERAL

Señale su grado de satisfacción global con el servicio.

Tabla 13

Grado de satisfacción en porcentaje

NO.	GRADO DE SATISFACCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	EXCELENTE	24	44.4
2	BUENO	23	42.6
3	REGULAR	3	5.6
4	MALO	2	3.7
5	MUY MALO	2	3.7
TOTAL		54	100

Por último, como evaluación general el instrumento muestra con mayor relevancia que el servicio es excelente, con un porcentaje del 44.4%, un 42.6% dice que es bueno, el 5.6% refiere que es regular, el 3.7% que es malo y un 3.7% muy malo.

17. RESULTADOS DE LA VARIABLE

Tabla 14

Promedio general por dimensión para la Incubadora de negocios Koga: Dimensiones.

DIMENSIONES					
	ELEMENTOS TANGIBLES	CONFIABILIDAD	RESPONSABILIDAD Y CAPACIDAD DE RESPUESTA	SEGURIDAD	EMPATÍA
PROMEDIO	3.73	4.15	4.28	4.23	4.2
<i>Promedio general= 4.307021605= 86.14043 %</i>					

Siguiendo con el orden de la estructura del instrumento, se detalla a continuación el resumen de las 5 dimensiones, de acuerdo a la escala Likert, partiendo del 1 al 5, con un porcentaje del 0 al 100% respectivamente, lo cual permitió la interpretación de los datos:

En la tabla 14 se resumen los totales de las cinco dimensiones del servicio de la Incubadora de Negocios Koga, quedando de la siguiente manera:

La puntuación promedio por dimensión fueron 3.73 para los elementos tangibles, 4.15 para confiabilidad, 4.28 responsabilidad y capacidad de respuesta, 4.23 seguridad y 4.20 para la empatía.

Por lo tanto, el promedio general que se obtuvo del instrumento, es de 4.30, siendo que en este contexto la puntuación máxima es 5. Lo que indica que los usuarios están un 86.14% de acuerdo con el servicio recibido, teniendo una oportunidad de mejora en la apariencia física de las instalaciones, de los equipos, del personal y del material de comunicación como lo refiere la dimensión 1 elementos tangibles.

18. PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

La Incubadora de Negocios Koga evidentemente y como refieren los usuarios, el servicio que ofrece es excelente, por lo tanto; la hipótesis es aceptada y se da cumplimiento a los objetivos específicos.

De acuerdo a lo planteado en la investigación anterior, se observó que hay mayor grado de satisfacción que insatisfacción dentro de las 5 dimensiones, por lo que se cuenta con ventajas competitivas que se deben mantener y desarrollar procesos de mejora, ya que existen debilidades que pueden trabajarse para mejorar la calidad en el servicio, donde la Dimensión 1 Elementos tangibles fue la de menor calificación y hace referencia a la apariencia física de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación.

Así mismo, es evidente que para los usuarios es importante que el personal tenga la disposición de ayudarles y ofrecerles un servicio eficiente y eficaz, recibiendo el acompañamiento adecuado para llevar a cabo su proceso de incubación y que le inspiren confianza al brindarles cortesía, conocimiento y competencia profesional, siendo que las dimensiones relevantes fueron la dimensión 3. Responsabilidad y capacidad de respuesta y la dimensión 4. Seguridad. Sin embargo, se reconoce la capacidad y profesionalismo del personal para resolver las diferentes complicaciones que pudieron presentarse dentro de estos procesos, así como también el trato que recibieron los usuarios.

Por lo tanto, con los datos analizados se concluye que la calidad del servicio proporcionado por la Incubadora de Negocios Koga es bueno, no obstante; es factible realizar una evaluación constante que permita identificar las deficiencias que existen dentro de la Incubadora para identificar las oportunidades de mejoras, así como las debilidades.

Cabe mencionar que aun cuando el personal fue calificado con excelente puntuación, es fundamental el constante seguimiento a la capacitación de desarrollo humano para los servidores públicos para seguir cumpliendo con las expectativas que tienen los clientes con la Incubadora de Negocios.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

En cuanto al seguimiento de este proyecto se recomienda continuar con la implementación y desarrollo constante de esta área que a pesar de ser nuevo ha dado excelentes resultados que se ven reflejados en los negocios, los cuales fueron visitados durante la aplicación de esta investigación, de igual forma los participantes en esta investigación destacan la importancia de apoyo económico para la ejecución de los mismos ya que el principal público objetivo para la incubadora son jóvenes que cuentan con excelentes ideas de negocios pero no pueden dar seguimiento a ello por falta de recurso económico.

REFERENCIAS Y FUENTES CONSULTADAS

- Arbieto , C. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio que influyen en la reputación corporativa de las empresas Courier en Lima*. Lima, Perú: USIL.
- Cajal, A. (2002). *Investigación de campo: características, tipos, técnicas y etapas*.
- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006). *Gestión de calidad: conceptos, enfoques y sistemas*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Cubillos , M. y Rozo , D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de la Salle*, 80-99.
- Duque , O. y Edison , J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 64-80.
- Eduarte , A. (1999). Calidad en el servicio . *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social.*, Vol. 7 n.1.
- García, A. (2016). Cultura de Servicio en la optimización del servicio al cliente . *Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín* , 381-398.
- Granados , E. y Almaguer , K. (2011). *Las incubadoras de negocios en México: un análisis descriptivo*. Ciudad Victoria, México: Ciencia UAT.
- H. Ayuntamiento . (2018). *Plan Municipal de Desarrollo*. Jalpan de Serra, Qro.: La Sombra de Arteaga.
- Ibarra , L. y Casas , E. (2014). *Aplicación del modelo Serv Perf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio*. Hermosillo: Universidad Estatal de Sonora.
- Inca, M. (2015). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pachuca, Andahuaylas 2015*. Perú: Escuela Profesional de Administración de Empresas .
- Koga , I. (2018). *Planeación de Incubadora de Negocios*. Jalpan de Serra.
- Landeros , C., Terán , M., Blanco , M. (2018). *Red internacional de investigadores en competitividad* . Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración.
- López, E. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, un pilar en la gestión empresarial. *El buzón de Pacioli*, 1870-5839.
- Mayer, G., Blanco, J., Alonso , M., Charles, J. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales*, 107-127.
- Mejías , A., Godoy , E., Piña , R. (2018) Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*.
- Montoya y Boyero (2016). Cultura de Servicio en la optimización del servicio al cliente. *Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín*, 381-398.
- Murillo, L. (2018). *Fundamentos del servicio al cliente*. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Ramos , E., Mogollón , F., Santur , L., Cherre , M. (2020). El modelo servperf como herramienta de evaluación de la calidad del servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*.

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Silva, J., Macías , B., Tello , E., Delgado , J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 85-101.

Vizcaino, J. & Vanessa, Vargas, J. (2016). *Evaluación del servicio de urgencias en un hospital público através del modelo Servperf*. Red Internacional de Investigadores en Competitividad.

ANEXOS

DIMENSIÓN 1. ELEMENTOS TANGIBLES: APARIENCIA FÍSICA DE LAS INSTALACIONES, EQUIPOS, PERSONAL Y MATERIAL DE COMUNICACIÓN.

1.- La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio?

Tabla 14

Pregunta 1

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN	RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	1	3	0 - 20	5.6
EN DESACUERDO	3	2	6	20 - 40	5.6
NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	7	3	21	40 - 60	13
DE ACUERDO	29	4	116	60 - 80	53.7
MUY DE ACUERDO	12	5	60	80 - 100	22.2
TOTAL	54	TOTAL	206	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 1				3.81	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2.- ¿Las instalaciones físicas de la Incubadora de negocios son cómodas y visualmente atractivas?

Tabla 15

Pregunta 2

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 - 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	8	2	16	20 - 40	14.8
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	8	3	24	40 - 60	14.8
<i>DE ACUERDO</i>	29	4	116	60 - 80	53.7
<i>MUY DE ACUERDO</i>	7	5	35	80 - 100	13
TOTAL	54	TOTAL	193	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				3.57	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.- Los elementos materiales (folletos, difusión y publicidad) ¿Son visualmente atractivos y sencillos para usted?

Tabla 15

Pregunta 3

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y		RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
		PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN		
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	1	3	0 - 20	5.6
EN DESACUERDO	4	2	8	20 - 40	7.4
NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	9	3	27	40 - 60	16.7
DE ACUERDO	25	4	100	60 - 80	46.3
MUY DE ACUERDO	13	5	65	80 - 100	24.1
TOTAL	54	TOTAL	203	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 3				3.76	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

4.- La Incubadora de Negocios Koga ¿Tiene todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su visita?

Tabla 16

Pregunta 4

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y		RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
		PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN		
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	1	3	0 - 20	5.6
EN DESACUERDO	4	2	8	20 - 40	7.4
NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	8	3	24	40 - 60	14.8
DE ACUERDO	27	4	108	60 - 80	50
MUY DE ACUERDO	12	5	60	80 - 100	22.2
TOTAL	54	TOTAL	203	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 4					3.76

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

DIMENSIÓN 2. CONFIABILIDAD: CAPACIDAD PARA OFRECER EL SERVICIO

1.- Cuando la incubadora de Negocios y/o empleados le prometieron hacer algo en cierto tiempo ¿Se lo cumplieron?

Tabla 17*Pregunta 2*

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	3	1	3	0 - 20	5.6
<i>EN DESACUERDO</i>	4	2	8	20 - 40	7.4
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	2	3	6	40 - 60	14.8
<i>DE ACUERDO</i>	20	4	80	60 - 80	50
<i>MUY DE ACUERDO</i>	25	5	125	80 - 100	22.2
<i>TOTAL</i>	54	TOTAL	222	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 1				4.11	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2.- Cuando usted tuvo un problema, la Incubadora de Negocios Koga ¿Mostró un sincero interés en solucionarlo?

TABLA 18*PREGUNTA 2*

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	4	1	4	0 – 20	7.4
<i>EN DESACUERDO</i>	2	2	4	20 – 40	3.7
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	3	3	9	40 – 60	5.6
<i>DE ACUERDO</i>	21	4	84	60 – 80	38.9
<i>MUY DE ACUERDO</i>	24	5	120	80 – 100	44.4
<i>TOTAL</i>	54	TOTAL	221	TOTAL	100%
<i>PROMEDIO PREGUNTA 2</i>				4.09	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.- La Incubadora de Negocios Koga y el empleado ¿Realizaron habitualmente bien el servicio?

Tabla 19

Pregunta 3

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	3	1	3	0 – 20	5.6
<i>EN DESACUERDO</i>	1	2	2	20 – 40	1.9
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	4	3	12	40 – 60	7.4
<i>DE ACUERDO</i>	18	4	72	60 – 80	33.3
<i>MUY DE ACUERDO</i>	28	5	140	80 – 100	51.9
<i>TOTAL</i>	54	TOTAL	229	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 3				4.24	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

**DIMENSIÓN 3. RESPONSABILIDAD Y CAPACIDAD DE RESPUESTA:
DISPOSICIÓN MOSTRADOS POR EL PERSONAL PARA AYUDAR AL CLIENTE
Y PROVEERLES DEL MEJOR SERVICIO RÁPIDAMENTE.**

1.- Si necesitó resolver alguna duda ¿Se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?

Tabla 20

Pregunta 1

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	1	1	1	0 – 20	1.9
<i>EN DESACUERDO</i>	3	2	6	20 – 40	5.6
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	2	3	6	40 – 60	3.7
<i>DE ACUERDO</i>	20	4	80	60 – 80	37
<i>MUY DE ACUERDO</i>	28	5	140	80 – 100	51.9
TOTAL	54	TOTAL	233	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				4.31	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2.- Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Le ofrecieron un servicio rápido y de calidad?

Tabla 21

Pregunta 2

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	1	2	2	20 – 40	1.9
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	4	3	12	40 – 60	7.4
<i>DE ACUERDO</i>	22	4	88	60 – 80	40.7
<i>MUY DE ACUERDO</i>	25	5	125	80 – 100	46.3
TOTAL	54	TOTAL	229	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				4.24	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.- El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado ¿Fue satisfactorio?

Tabla 22

Pregunta 22

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN	RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	2	2	4	20 – 40	3.7
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	1	3	3	40 – 60	1.9
<i>DE ACUERDO</i>	23	4	92	60 – 80	42.6
<i>MUY DE ACUERDO</i>	26	5	130	80 – 100	48.1
TOTAL	54	TOTAL	231	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 3				4.28	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

DIMENSIÓN 4. SEGURIDAD: CAPACIDAD PARA INSPIRAR CONFIANZA EN LOS USUARIOS.

1.- ¿Se siente confiado y seguro con la Incubadora de Negocios Koga cuando acude a realizar algún servicio?

Tabla 23

Pregunta 1

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y		RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
		PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN		
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	1	2	2	20 – 40	1.9
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	5	3	15	40 – 60	9.3
<i>DE ACUERDO</i>	26	4	104	60 – 80	48.1
<i>MUY DE ACUERDO</i>	20	5	100	80 – 100	37
TOTAL	54	TOTAL	223	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 1				4.13	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2.- ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

Tabla 24

Pregunta 2

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	1	2	2	20 – 40	1.9
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	5	3	15	40 – 60	5.6
<i>DE ACUERDO</i>	26	4	104	60 – 80	40.7
<i>MUY DE ACUERDO</i>	20	5	100	80 – 100	48.1
TOTAL	54	TOTAL	223	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				4.28	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3.- En la Incubadora Koga ¿Se le da una atención personalizada?

Tabla 25

Pregunta 3

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	0	2	0	20 – 40	0
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	4	3	12	40 – 60	7.4
<i>DE ACUERDO</i>	22	4	88	60 – 80	40.7
<i>MUY DE ACUERDO</i>	26	5	130	80 – 100	48.1
TOTAL	54	TOTAL	232	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				4.30	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

DIMENSIÓN 5. EMPATÍA: RESPETO Y CONSIDERACIÓN PERSONALIZADA HACIA EL CLIENTE.

1.- ¿Se preocuparon los empleados, por mejorar sus intereses y necesidades específicas de usted cómo usuario?

Tabla 26

Pregunta 1

SIGNIFICADO	FRECUENCIA	NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT	PUNTUACIÓN	RANGO DE PORCENTAJE	TOTAL, EN PORCENTAJE
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	1	2	0 – 20	3.7
EN DESACUERDO	1	2	2	20 – 40	1.9
NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	6	3	18	40 – 60	11.1
DE ACUERDO	17	4	68	60 – 80	31.5
MUY DE ACUERDO	28	5	140	80 – 100	51.9
TOTAL	54	TOTAL	230	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 1				4.26	

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2.- La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con horarios flexibles y adaptados para brindarle a usted un servicio?

Tabla 27

Pregunta 2

<i>SIGNIFICADO</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>NIVEL Y PUNTOS DE LIKERT</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>RANGO DE PORCENTAJE</i>	<i>TOTAL, EN PORCENTAJE</i>
<i>TOTALMENTE EN DESACUERDO</i>	2	1	2	0 – 20	3.7
<i>EN DESACUERDO</i>	1	2	2	20 – 40	1.9
<i>NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO</i>	5	3	15	40 – 60	9.3
<i>DE ACUERDO</i>	25	4	100	60 – 80	46.3
<i>MUY DE ACUERDO</i>	21	5	105	80 – 100	38.9
TOTAL	54	TOTAL	224	TOTAL	100%
PROMEDIO PREGUNTA 2				4.15	

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUERETARO**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS JALPAN****CONSENTIMIENTO INFORMADO****Folio:****Fecha:****Hora:****Lugar:****Nombre de la participante:**

La presente investigación es conducida por Eduardo Amador Enríquez, docente en el Campus Jalpan de la Universidad Autónoma de Querétaro. El objetivo general es conocer la satisfacción de los usuarios que recibieron el servicio por parte de la Incubadora de Negocios Koga.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista que tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas si usted así lo decide. De igual forma le informo que no existe ningún tipo de retribución económica al participar, para que se sienta en la confianza de expresarse libremente y sin coacción, así como de que esta entrevista no implica riesgo alguno para usted en su integridad física, psicológica o moral. Y que al final de la investigación se le podrá informar de los resultados de la misma

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, (si) (no) autorizo a que sea grabada esta entrevista. He sido informado de los alcances descritos anteriormente en razón de la meta de este estudio que se me ha explicado de manera sencilla. Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos y he recibido copia de este documento.

Reconozco que la información proporcionada en esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto perjudique mi persona.

Firma del Participante

Jalpan de Serra, Qro. A 31 de enero de 2021

ING. HERIBERTO AMADOR RIVERA

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Coordinador de la Incubadora Koga
Mpio. Jalpan de Serra

PRESENTE

Solicitud: permiso para realizar trabajo de investigación

Por medio de la presente solicitud, yo, **María Monserrath Zarazúa Guerrero**, egresada de la Licenciatura de Administración, de la Universidad Autónoma de Querétaro ante usted respetuosamente me presento y solicito **permiso para realizar un trabajo de investigación** en el área de la Incubadora de Negocios Koga, sobre la “satisfacción de los usuarios”, la cual se evaluará de acuerdo a los servicios prestados en 2018-2021 con la finalidad de conocer la percepción de los usuarios y a partir de ello establecer oportunidades de mejoras, dicha información servirá para futuras investigaciones y de la misma manera para toma de decisiones según se requiera.

Anexo el cuestionario que será la herramienta para llevar a cabo el trabajo y la carta de consentimiento de participación de los usuarios.

Sin otro particular por el momento, me despido agradeciendo de antemano su atención a mi petición, esperando una respuesta favorable de su parte.

Atentamente

María Monserrath Zarazúa Guerrero
Correo: monserrathzgro@gmail.com

Celular: 441-103-5804

CUESTIONARIO

La finalidad de la presente encuesta tiene como objetivo la recolección de datos para la evaluación de la satisfacción de los usuarios que recibieron los servicios por parte de la Incubadora de negocios Koga en el periodo 2018-2021, cabe mencionar que la participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación, así mismo el estudio tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

Con respecto a lo anterior, ¿acepta responder el cuestionario y contestar con la verdad?

Si

No

Si su respuesta es SI continúe respondiendo, si su respuesta es NO haga caso omiso.

DATOS PERSONALES**1. Edad****0. Género**

-Hombre

-Mujer

0. Estado civil**0. Domicilio****0. Nivel de estudios****DATOS DE PROCESO DE INCUBACIÓN****1. ¿En qué año ingresó a la Incubadora de Negocios?**

. 2019

a. 2020

b. 2021

2. ¿A cuál proceso de incubación pertenece?

a) 1

b) 2

c) 3

d) 4

e) 5

3. ¿Cuál es el nombre del proyecto con el cual participó?**4. ¿Concluyó el proceso de incubación?**

a) si

b) no

Si su respuesta es no ¿Cuál fue el motivo?

DIMENSIÓN 1. Elementos tangibles

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

.La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

II. Las instalaciones físicas de la Incubadora de Negocios ¿Son cómodas y visualmente atractivas?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

III. Los elementos materiales (folletos, difusión y publicidad) ¿Son visualmente atractivos y sencillos para usted?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

IV. La Incubadora de Negocios Koga ¿Tiene todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su visita?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

DIMENSIÓN 2. Confiabilidad**V. Cuando la Incubadora de Negocios y/o empleados le prometen hacer algo en cierto tiempo, ¿Se lo cumplen?**

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

VI. Cuando usted tiene un problema, la Incubadora de Negocios Koga ¿Muestra un sincero interés en solucionarlo?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

VII. La Incubadora de Negocios Koga y el empleado ¿Realizan habitualmente bien el servicio?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

Dimensión 3. Responsabilidad y capacidad de respuesta**VIII. Si necesitó resolver alguna duda ¿Se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?**

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

IX. Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Le ofrecen un servicio rápido y de calidad?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

X. El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado ¿Fue satisfactorio?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

Dimensión 4. Seguridad**XI. ¿Se siente confiado y seguro con la Incubadora de Negocios Koga cuando acude a realizar algún servicio?**

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

XII. ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

XIII. ¿En la Incubadora Koga, se le da una atención personalizada?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

Dimensión 5. Empatía**XIV. Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Se preocupan por sus mejores intereses y necesidades específicas?**

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

XV. La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con horarios flexibles y adaptados para brindarle a usted un servicio?

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Muy de acuerdo

XVI. Señala en su grado de satisfacción global con el servicio

- 1.- Excelente
- 2.- Bueno
- 3.- Regular
- 4.- Malo
- 5.- Muy malo

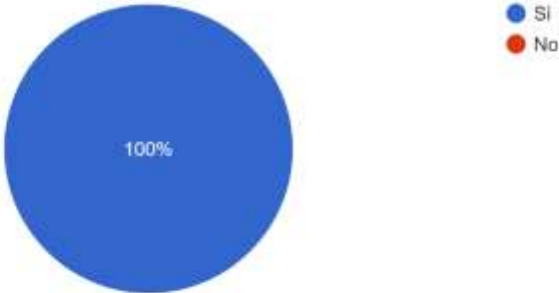
Pregunta general

Para usted, ¿Cuál de los puntos anteriores es el más importante?

¿Por qué?

GRÁFICOS

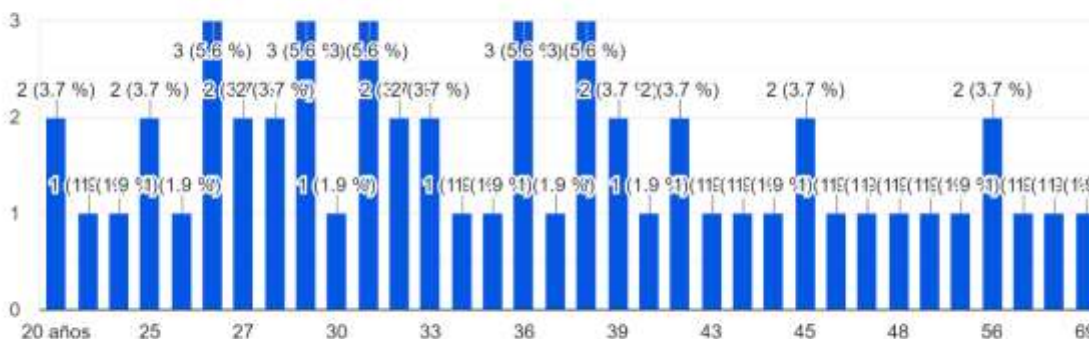
Con respecto a lo anterior ¿Desea participar en la presente investigación?
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

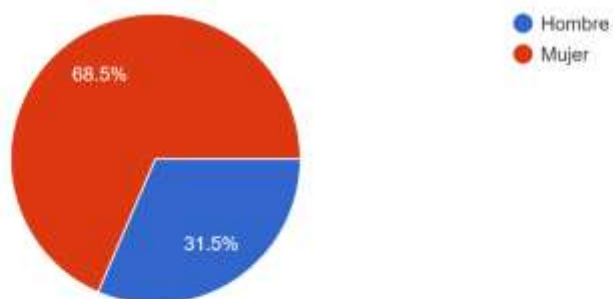
1. Edad

54 respuestas



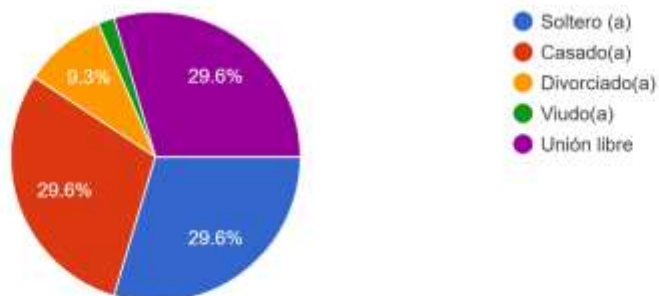
2. Genero

54 respuestas



3. Estado civil

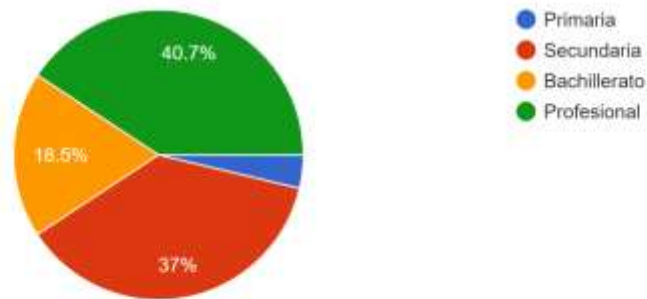
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

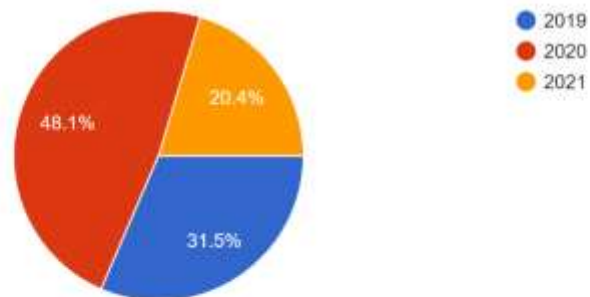
5. Nivel de estudios

54 respuestas



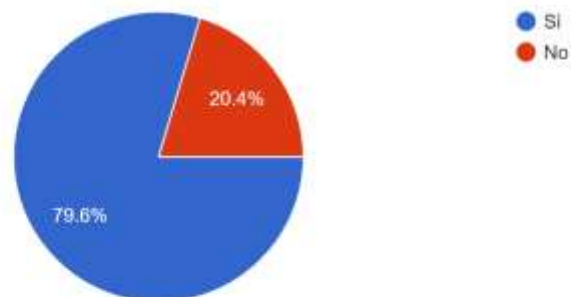
1. ¿En qué año ingreso a la Incubadora de negocios?

54 respuestas



3. ¿Concluyó el proceso de incubación?

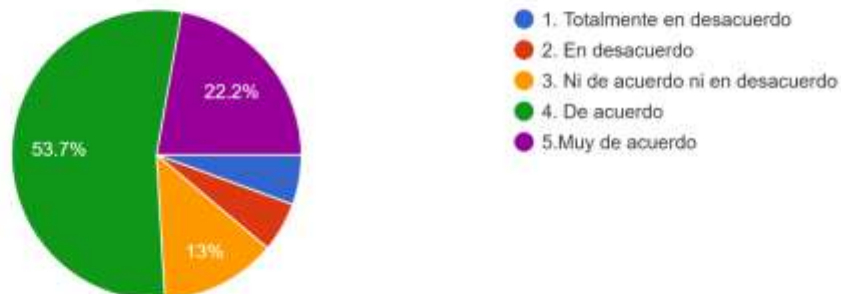
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

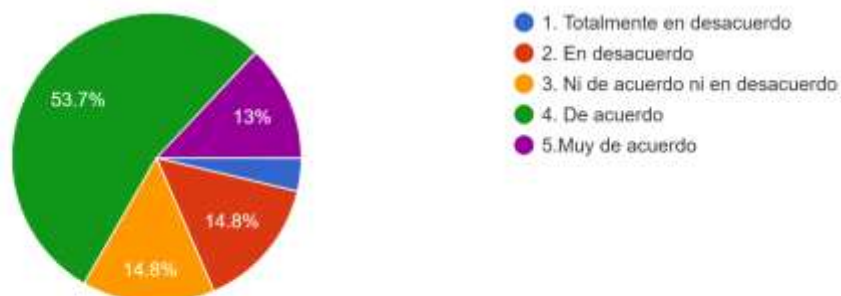
1. La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con equipos modernos y funcionales para brindarle un buen servicio?

54 respuestas



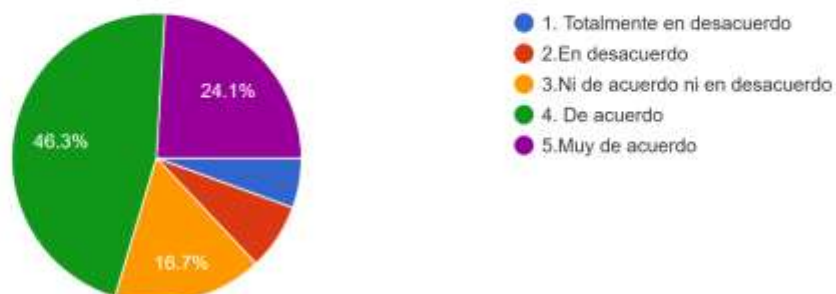
2. Las instalaciones físicas de la Incubadora de Negocios ¿Son cómodas y visualmente atractivas?

54 respuestas



3. Los elementos materiales (folletos, difusión y publicidad) ¿Son visualmente atractivos y sencillos para usted?

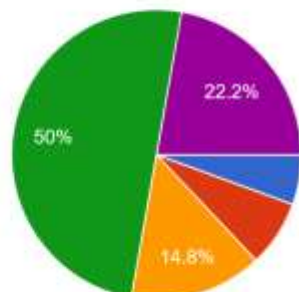
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

4. La Incubadora de Negocios Koga ¿Tiene todos los servicios necesarios para sentirse cómodo durante su visita?

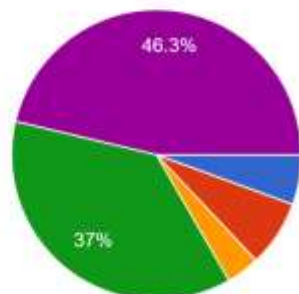
54 respuestas



- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

1. Cuando la Incubadora de Negocios y/o empleados le prometieron hacer algo en cierto tiempo, ¿Se lo cumplieron?

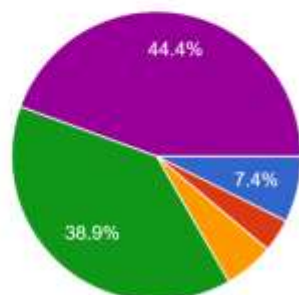
54 respuestas



- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

2. Cuando usted tuvo un problema, la Incubadora de Negocios Koga ¿Mostro un sincero interés en solucionarlo?

54 respuestas

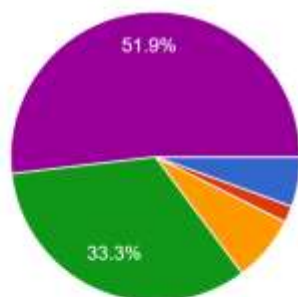


- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

3. La Incubadora de Negocios Koga y el empleado ¿Realizaron habitualmente bien el servicio?

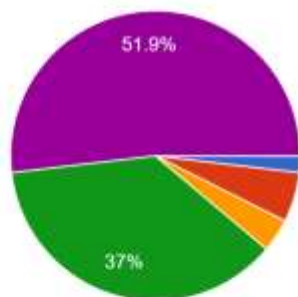
54 respuestas



- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni en acuerdo ni desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

1. Si necesitó resolver alguna duda ¿Se le atendió en un tiempo razonable o adecuado?

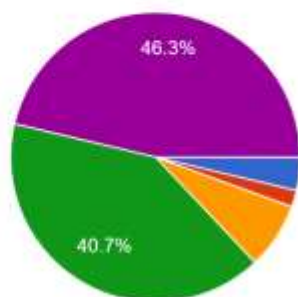
54 respuestas



- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

2. Los empleados de la Incubadora de Negocios Koga ¿Le ofrecieron un servicio rápido y de calidad?

54 respuestas

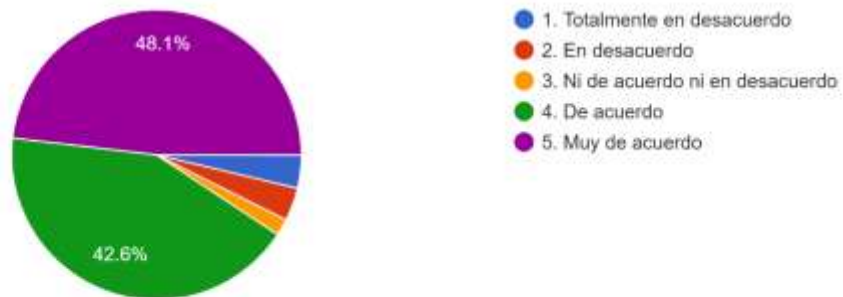


- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

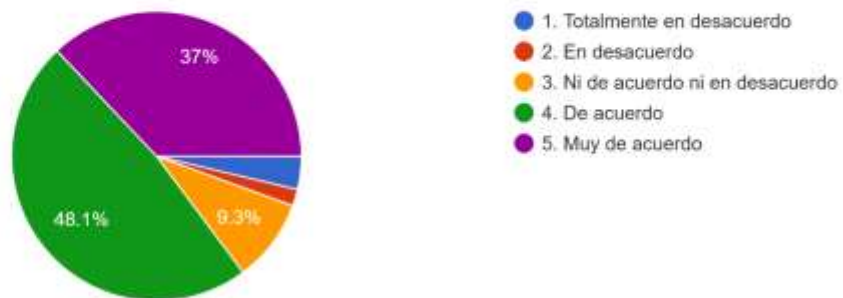
3. El tiempo que esperó para obtener el servicio por parte del empleado ¿Fue satisfactorio?

54 respuestas



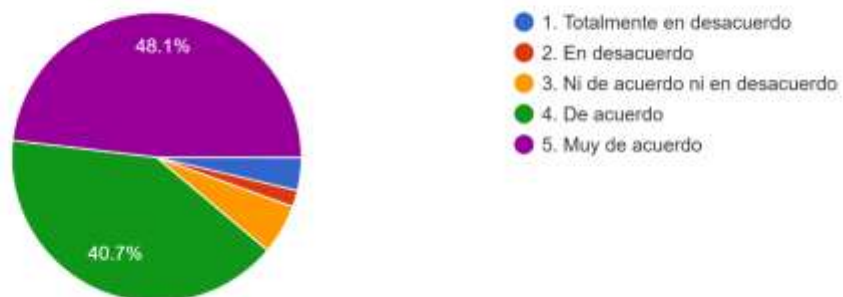
1. ¿Se siente confiado y seguro con la Incubadora de Negocios Koga cuando acude a realizar algún servicio?

54 respuestas



2. ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?

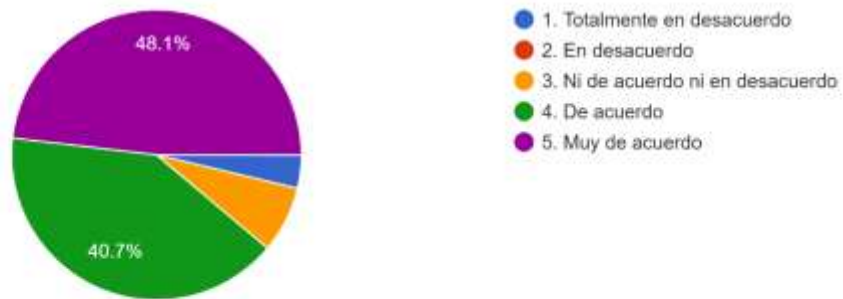
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

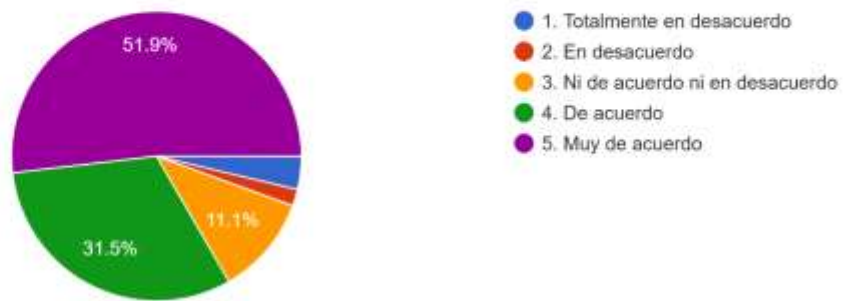
3. En la Incubadora Koga ¿Se le da una atención personalizada?

54 respuestas



1. ¿Se preocuparon los empleados, por mejorar sus intereses y necesidades específicas de usted como usuario?

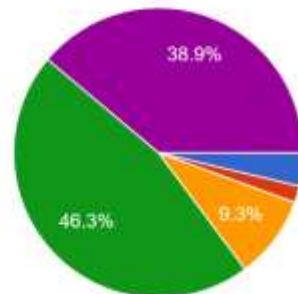
54 respuestas



EVALUACIÓN SERVICIO AL CLIENTE

2. La Incubadora de Negocios Koga ¿Cuenta con horarios flexibles y adaptados para brindarle a usted un servicio?

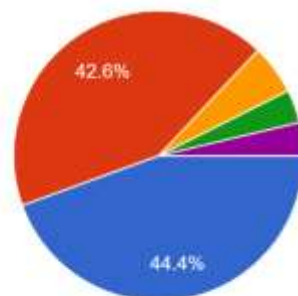
54 respuestas



- 1. Totalmente en desacuerdo
- 2. En desacuerdo
- 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4. De acuerdo
- 5. Muy de acuerdo

3. Señale en su grado de satisfacción global con el servicio

54 respuestas



- 1. Excelente
- 2. Bueno
- 3. Regular
- 4. Malo
- 5. Muy malo