



DETERMINAR LA ACTITUD DE LOS CLIENTES RESIDENCIALES DE LA CIUDAD DE TALCA CON RESPECTO A LOS SERVICIOS DE RECAUDACIÓN OFRECIDOS POR EL SERVIPAG

**PAOLA MORALES AGUILERA
EUGENIA TOLEDO PÉREZ**

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El sector de los servicios a crecido tanto en Chile como en Latinoamérica debido al desarrollo de la economía y al mejoramiento del nivel de vida en la sociedad moderna, resultando un aporte importante de este sector al crecimiento global de la productividad de un país.

La presente investigación tiene como objetivo determinar la actitud de los clientes residenciales de la ciudad de Talca, con respecto a los servicios de recaudación ofrecidos por Servipag; empresa de recaudación y pago, que desea obtener información útil y confiable acerca de la percepción y evaluación de los servicios ofrecidos a sus actuales y/o futuros clientes, y así tomar decisiones acertadas en un mercado donde el servicio al cliente esta íntimamente ligado a la satisfacción del mismo y consecuentemente al resultado económico de la empresa.

Para alcanzar el objetivo planteado se usara el procedimiento de una investigación de mercados, utilizando un estudio exploratorio y posteriormente descriptivo de corte transversal, analizando y concluyendo sobre los resultados de un muestreo probabilístico.

La conclusión principal que se obtiene del estudio es que existe una actitud favorable hacia los servicios de recaudación ofrecidos por Servipag, aunque estos no son conocidos en su totalidad, siendo el mas utilizado el servicio de utilidad

publica, por la periodicidad con que deben ser canceladas estas cuentas. En tanto Servipag, como empresa en si misma, es conocida mas por la comunicación y/o contacto entre personas conocidas y/o familiares que por otro medio de comunicación masivo que llegue a la población en general. Servipag es evaluada positivamente entre sus usuarios en la atención del personal, atributo de alta importancia para las personas, reafirmando la orientación al cliente que debe existir en las empresas, tanto a nivel interno como externo, ya que son los trabajadores los primeros en tener un contacto directo con los clientes, quienes son los actores principales de una empresa viable.