



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Uso de la aplicación móvil y su influencia en el
nivel de satisfacción del consumidor de la
empresa Parque del Recuerdo**

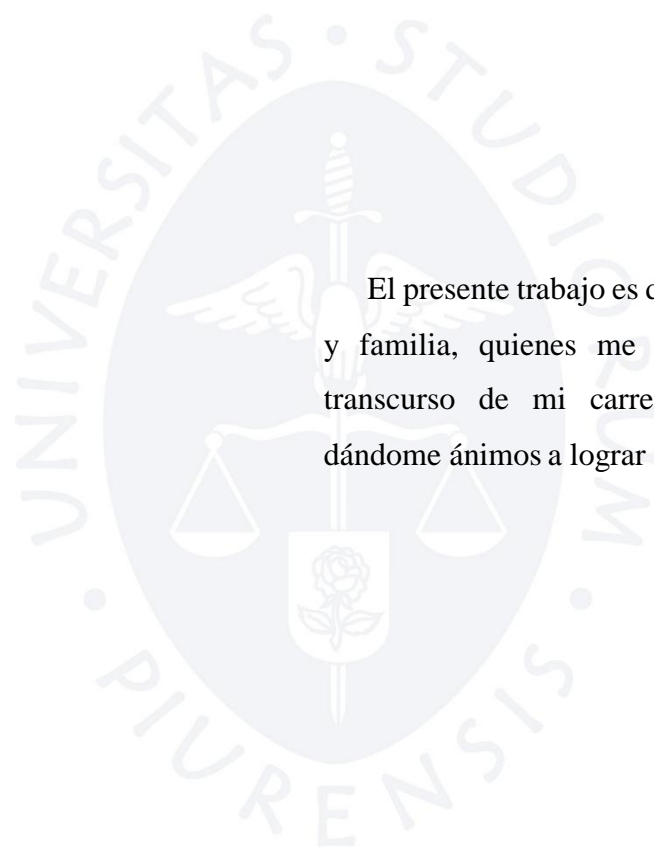
Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

Carol Priscila Hurtado Díaz

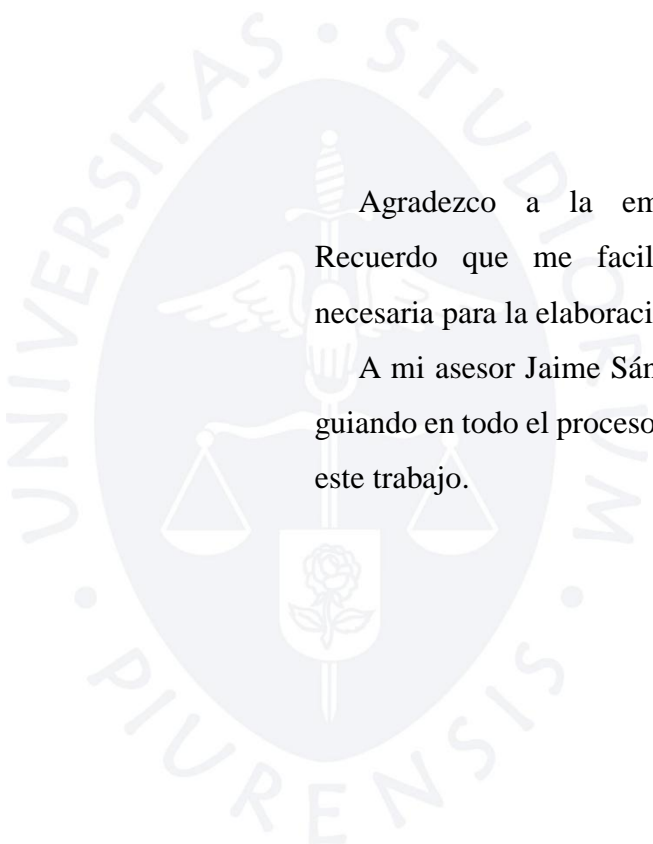
Revisor:

Dr. Jaime Agustín Sánchez Ortega

Lima, marzo 2019



El presente trabajo es dedicado a mis padres y familia, quienes me han apoyado en el transcurso de mi carrera, motivándome y dándome ánimos a lograr mis objetivos.



Agradezco a la empresa Parque del
Recuerdo que me facilitó la información
necesaria para la elaboración de este trabajo.

A mi asesor Jaime Sánchez que me estuvo
guiando en todo el proceso de la elaboración de
este trabajo.

Uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa Parque del Recuerdo

Use of the mobile application and its influence on the level of consumer satisfaction of the company Parque del Recuerdo

Bachiller. Carol Priscila Hurtado Díaz

Correo: phurtadodiaz14@gmail.com

Área: Marketing

Resumen

El presente estudio tiene como fin evaluar el uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa **Parque del Recuerdo**, en cuanto a los servicios que les brindamos y las gestiones que nuestros clientes realizan, haciéndolo mediante unas entrevistas a profundidad, a partir de las cuales podremos saber qué es lo que opinan y si están satisfechos con la herramienta creada.

Esta investigación es de enfoque cualitativo, paradigma naturalista, es de tipo no experimental, estudio de caso y de nivel exploratorio.

Se entrevistó a 10 clientes, aplicando el instrumento entrevista a profundidad y análisis documental.

Finalmente, las entrevistas nos ayudaron a identificar que la aplicación cumple con las necesidades de nuestros clientes, disminuye el flujo de personas en las oficinas de Atención al Contratante y las quejas por las demoras. Además, nuestros clientes refieren la aplicación para que otros usuarios la usen y les sirva como apoyo en lo que deseen realizar, ya que le ahorra tiempo.

Palabras clave: TIC, geolocalización, pagos en línea, clientes, satisfacción

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the use of the mobile application and its influence on the level of consumer satisfaction of the company Parque del Recuerdo, in terms of the services we provide and the management of our clients, by means of interviews in depth, from which we will be able to know what they think and if they are satisfied with the tool created.

This research is of a qualitative approach, a naturalist paradigm, a non-experimental type, a case study and an exploratory level.

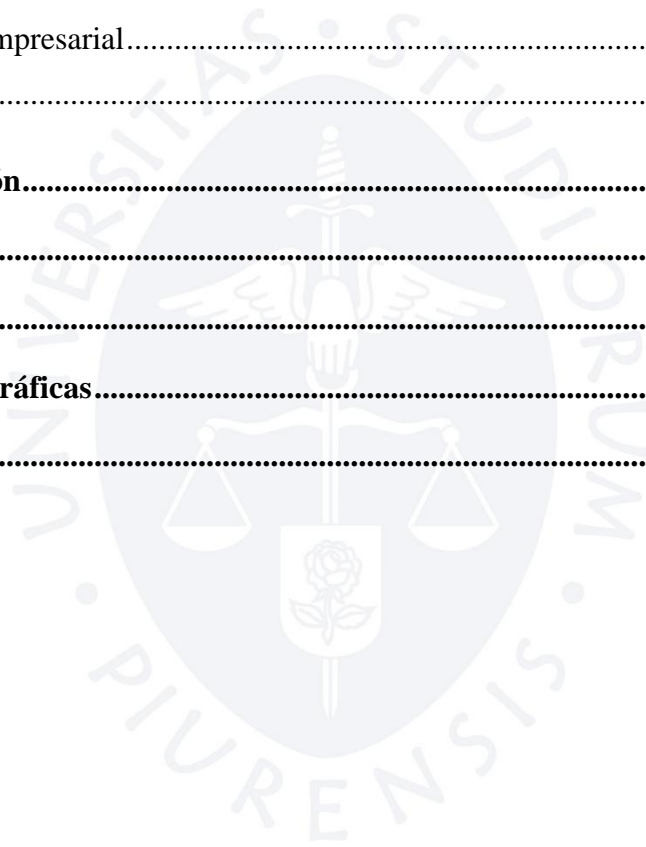
We interviewed 10 clients, applying the instrument to depth interview and documentary analysis. Finally, the interviews helped us to identify that the application meets the needs of our customers, decreases the flow of people in the offices of Customer Service and complaints about delays. In addition, our customers refer the application for other users to use it and serve as support in what they want to do, as it saves time.

Keywords: Mobile application, TIC, geolocation, online payments, customers, satisfaction

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo 1 Aspectos generales	3
1.1. Descripción de la realidad problemática	3
1.2. Identificación y formulación del problema	6
1.3. Objetivos de la investigación	6
1.4. Justificación y viabilidad de la investigación.....	6
1.4.1. Viabilidad de la investigación	6
1.4.2. Justificación tecnológica	7
1.4.3. Justificación social	7
Capítulo 2 Marco teórico	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.2. Bases teóricas	10
2.2.1. Aplicación móvil	10
2.2.2. Beneficios de las aplicaciones	11
2.2.3. Categorías de apps.....	11
2.2.4. Tipo de aplicaciones.....	12
2.2.5. Satisfacción del consumidor.....	12
2.2.6. Estados de satisfacción de los clientes	12
2.2.7. Importancia de la satisfacción del cliente.....	13
2.2.8. Como medir la satisfacción de los clientes.....	13
2.2.9. Utilidades.....	13
2.2.10. Calidad de servicio	14
2.2.11. Componente de la calidad de servicio	14
2.3. Marco conceptual	15

2.3.1. Aplicación móvil.....	15
2.3.2. Satisfacción del consumidor.....	15
Capítulo 3 Reporte de casos.....	17
3.1. Metodología.....	17
3.1.1. Tipo de la investigación.....	17
3.1.2. Diseño de la investigación.....	17
3.1.3. Población y muestra de la investigación:.....	17
3.2. Experiencia empresarial.....	17
3.3. Resultados.....	18
Capítulo 4 Discusión.....	23
Conclusiones.....	25
Recomendaciones.....	27
Referencias bibliográficas.....	29
Apéndices.....	31



Lista de figuras

Figura 1.	Mercado de aplicaciones móviles.....	5
Figura 2.	Aplicaciones que más crecieron en el año 2015.....	6



Introducción

Hoy en día las empresas se incorporan a las nuevas tecnologías para estar en un avance constante, además de que facilitan tareas, como producen innovación que hace más atractivo para nuestros clientes. La implementación de tecnologías en las empresas es una necesidad fundamental que permite que estén a la vanguardia de nuevos tiempos.

Estas tecnologías influyen en la relación con nuestros clientes ya que ayudan a tener mayor efectividad a la hora de solucionar algún problema. Los clientes cada vez son más exigentes para solicitar apoyo, pedir informes, etc., y si las empresas cuentan con buen servicio y varios canales de atención para los clientes, serán muy afortunadas, ya que hasta pueden cerrar alguna venta o ganar referidos y además posicionaran la marca con una buena percepción de servicio personalizado.

La empresa Parque del Recuerdo es un camposanto católico que se encuentra ubicado en Puente Piedra, Callao y Lurín. La empresa presenta limitaciones con algunos servicios que brindan, como búsqueda de difuntos y procesos de pagos, ya que han reducido personal en los camposantos (operarios que indicaban donde se encontraba la sepultura de su ser querido, además de personal administrativo, en el área de caja para el pago de las cuotas), ocasionando incomodidades al contratante y visitante por la demora de la atención en las oficinas de Atención al Contratante, tal escenario demuestra la necesidad de una herramienta que brinde apoyo y soporte a estos servicios, por tal motivo, se empleó una herramienta que permitirá optimizar las gestiones de Parque del Recuerdo.

El presente trabajo de investigación presenta el desarrollo de una aplicación móvil tanto para Android como para iPhone, destinada para la mejora de los servicios y gestiones de Parque del Recuerdo, beneficiando a sus contratantes y/o visitantes.

Capítulo 1 Aspectos generales

1.1. Descripción de la realidad problemática

La tecnología es un vínculo de unión entre generaciones, hay personas adultas chateando por WhatsApp, así como niños viendo dibujos animados desde YouTube en sus smartphones. Hace un tiempo solo se usaba el celular móvil para llamar y mandar mensajes y si queríamos chatear con nuestros amigos o realizar alguna compra por la web lo teníamos que hacer sentados desde un escritorio, pero ahora estos dispositivos móviles lo tienen todo.

Ahora podemos hacerlo todo mediante aplicaciones móviles, que nos ayudan siempre en lo que necesitamos sin importar dónde nos encontremos, podemos saber si va a llover o no, podemos saber si hay tráfico en las calles y como llegar más rápido a nuestro destino, estamos comunicados siempre por las redes sociales, nos enteramos de cualquier acontecimiento, etc., lo que nos revela que las aplicaciones nos hacen la vida mucho más fácil.

Las aplicaciones móviles crecen año a año, existen aplicaciones de juegos, música y las que brindan un servicio al usuario. Actualmente, las aplicaciones móviles interactúan y ayudan al usuario, con temas de ubicación o información de algún tema en particular, es por ello por lo que Parque del Recuerdo ha creado una aplicación móvil con el fin de que el contratante tenga una mejor experiencia en cuanto a la atención y al servicio que le podamos brindar

Según el diario gestión (2017), las aplicaciones que facilitan los procesos de los negocios incrementan en un 63% la productividad del personal de las empresas, 50% en la satisfacción del cliente y 13% en ventas.

Por otro lado, se indicó que en el 2017 el dinero invertido en marketing online a nivel mundial se destinó en un 58% a dispositivos móviles y que, en el 2018, el porcentaje creció al 59 % y se esperaba que en el 2019 incrementara al 62%. El aumento de la inversión en medios móviles es tres veces mayor al de cualquier otro medio. En pequeñas, medianas y grandes empresas los directores de marketing destinan hasta un 50% de su presupuesto en acciones de marketing móvil.

Las aplicaciones de gestión comercial permiten el 40% del cumplimiento de los indicadores de servicio (llamadas, citas, cierres) de empresas con fuerza de ventas y adicionalmente incrementan un 20% la productividad, eliminando el tiempo dedicado a los reportes de ventas.

Según departamento de investigación Merca 2.0 (2018), las aplicaciones móviles, nacen con la idea de brindar un software especializado para propósitos generales en plataformas como smartphones y Tablet, pero actualmente podemos encontrarlas a la venta o gratuitamente en las

tiendas de aplicaciones tanto para los iPhone como para los Android.

En marzo del 2017, en la tienda Google Play se reportaron 2 mil 800 millones de aplicaciones y en la tienda de Apple 2 mil 200 millones, dos de los grandes líderes en el mercado de venta de aplicaciones móviles, algunas de las aplicaciones más populares son las de las redes sociales: Facebook, YouTube, Instagram, Snapchat, WhatsApp, etc. Así como también las aplicaciones para obtener medio de transporte (taxis), conseguir hospedaje alrededor del mundo y el servicio de streaming de música.

Hay aplicaciones que surgen como estrategias de marketing, es una buena herramienta para obtener datos de los usuarios y así poder mejorar sus productos o servicios.

Según Tech Crunch (2011), El 10 de julio de 2008 se abrió la App Store de Apple fue la primera tienda de distribución de aplicaciones y en enero del 2011 se informó que tenía más de 10 mil millones de descargas y a mediados del mismo año ya se contaba con 425,000 aplicaciones de terceros disponibles, que eran descargadas por 200 millones de usuarios.

Según App Brain (2012), la tienda de software Google Play desarrollada para dispositivos Android inició en octubre del 2008 y a fines de abril del 2012 informaron que había más de 430,000 aplicaciones disponibles con 10 mil millones de aplicaciones descargadas e instaladas desde diciembre del 2011.

Según Nielsen (2012), cuando las personas hablan acerca de aplicaciones móviles y se refieren a Android y IOS y es porque estas dos plataformas, dominan el mercado de smartphome en casi el 90% y en particular en Estados Unidos.

MERCADO DE APLICACIONES MÓVILES



Durante el 2017 se descargaron **197 mil millones** de aplicaciones móviles



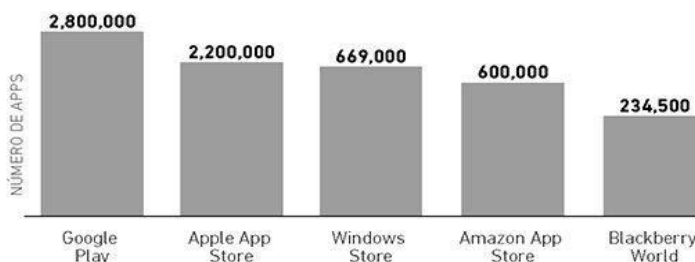
Durante el 2017 los usuarios a nivel global gastaron en total **81 mil millones de dólares** en apps



Se estima que para el 2020 el mercado de apps tenga un valor de **189 mil millones de dólares**



TIENDAS DE APPS MÁS GRANDES DEL MERCADO



Merca2.0
mercadotecnia publicidades medios

Fuentes: Departamento de Investigación Merca 2.0, App Annie, App Brain, BMO Capital Markets
14 de enero 2018

Figura 1. Mercado de aplicaciones móviles
Fuente: <https://www.merca20.com/mercado-de-aplicaciones-moviles/>

¿CUÁLES SON LAS APLICACIONES QUE MÁS CRECIERON EN 2015?

Porcentaje de crecimiento en el uso de apps por categoría durante el año pasado



Fuente: Flurry (Yahoo)

Expansión

Figura 2. Aplicaciones que más crecieron en el año 2015
Fuente: <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2016/01/16/5697cd9c22601dce088b461f.html>

1.2. Identificación y formulación del problema Problema general:

¿En qué medida el uso de la Aplicación móvil Parque del Recuerdo influye en la satisfacción del consumidor en el año 2018?

Problemas específicos:

1. ¿Cuál es el nivel de satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que brinda Parque del Recuerdo?
2. ¿Cuál es el efecto que genera las utilidades del aplicativo móvil en el consumidor de Parque del Recuerdo?

1.3. Objetivos de la investigación

Se centra en analizar la influencia de la aplicación móvil, con la intención de aportar un mejor servicio y darle un mayor nivel de satisfacción tanto a contratantes como visitantes que van a nuestros camposantos.

Objetivo general: Evaluar en qué medida la aplicación móvil permite mejorar la experiencia del consumidor de Parque del Recuerdo.

Objetivos específicos:

1. Describir el nivel de satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que le brinda Parque del Recuerdo.
2. Evaluar el efecto que genera las utilidades del aplicativo móvil en el consumidor de Parque del Recuerdo.

1.4. Justificación y viabilidad de la investigación

1.4.1. Viabilidad de la investigación

En esta investigación se busca conocer las percepciones de los clientes sobre la marca, sobre los servicios que ofrece Parque del Recuerdo y los efectos que genera la aplicación móvil en ellos, midiendo el nivel de satisfacción. Se encuestará a clientes hombres y mujeres que se hayan descargado la aplicación móvil y la usen para distintas gestiones como buscar la sepultura de su ser querido, pagar en línea sus cuotas, etc.

Este estudio se lleva a cabo debido a la necesidad que tiene la empresa, por ofrecer un mejor servicio a sus clientes, para lograr un cambio y posicionarse como un cementerio que innova.

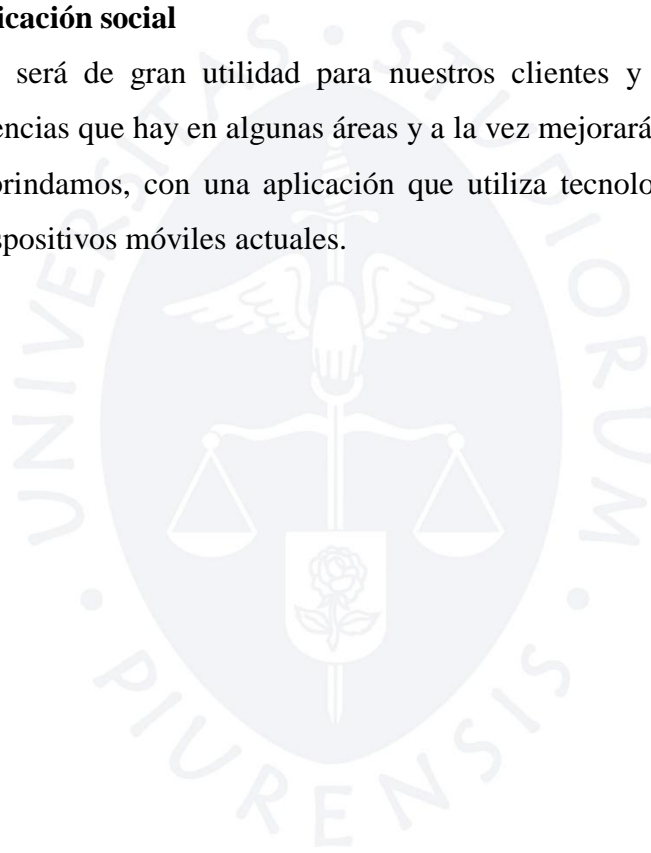
1.4.2. Justificación tecnológica

Según Vento (2017), la tecnología en el mundo empresarial ha ido creciendo sosteniblemente, los datos que son guardados en los dispositivos móviles nos permiten habilitar diversas oportunidades para explotar la información, enriquecen la toma de decisiones para la creación de nuevas estrategias de mercado.

Las nuevas herramientas tecnológicas en un dispositivo móvil, como las Apps estimulan a las empresas a alinearse a nuevas tendencias, con el fin de mejorar diversos procesos críticos.

1.4.3. Justificación social

Esta herramienta, será de gran utilidad para nuestros clientes y visitantes porque facilitará las insuficiencias que hay en algunas áreas y a la vez mejorará y complementará el servicio que les brindamos, con una aplicación que utiliza tecnologías inalámbricas disponibles en los dispositivos móviles actuales.



Capítulo 2 Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Hay una línea de trabajo super novedosa que relaciona los softwares que son las aplicaciones con los cementerios.

Existen aplicaciones móviles de cementerios en el mundo, como es el caso de la aplicación del cementerio San José ubicado en la ciudad de Granada, es la primera aplicación en el año 2012 en ofrecer gratuitamente la información de rutas turísticas que se hacen en un camposanto español, que surgió con la modernización de las rutas guiadas al cementerio que se habían creado desde el año 2008.

En segundo lugar, se encuentra el Cementerio de Bilbao (Haiko, 2014) que ha generado una aplicación para disfrute de curiosos y visitantes de su patrimonio histórico artístico, además de permitir la descarga de sus planos generales mediante códigos QR.

En tercer lugar, la aplicación Cementerio Histórico de San Miguel desarrollada en el 2017 por una empresa radicada en la sede del Polo de Contenidos Digitales de Málaga, esta aplicación se encuentra disponible para smartphones con sistema operativo Android, y también lo estará próximamente para aquéllos que utilicen iOS (Medina, 2017).

Promovida por el Parque Cementerio de Málaga y totalmente gratuita, ésta hace disponible el acceso a los usuarios de toda la información relacionada con la variedad patrimonial de este recurso.

Además, la facultad de turismo de la universidad de Málaga en el 2017 creó una aplicación móvil para la difusión turística del cementerio Ingles de Málaga con información de entierros e historia de la necrópolis, así como para acceder a diferentes rutas temáticas como eventos con historia, además de una sección de experiencias, la cual consisten en la visualización interactiva y de realidad aumentada de los elementos del cementerio, como la interpretación de algunos de los personajes ilustres enterrados acerca de su vida, su obra y sus vivencias más relevantes, relacionados con la ciudad de Málaga.

También es necesario mencionar la aplicación Parque del Recuerdo Cordillera, cementerio homónimo, ubicado en la ciudad chilena de Puente Alto, el enfoque de esta aplicación es ligeramente diferente a las anteriores, pues está más orientada al uso funcional del cementerio, permite buscar el lugar exacto donde se encuentra el ser querido que se está visitando, acceder a los diferentes servicios que ofrece el Parque, esta aplicación quiere hacer más accesible la información a sus visitantes, con el fin de cuando vayan al parque puedan disfrutar de la paz y tranquilidad que tiene el mismo.

En el año 2016 el ayuntamiento de Málaga y Parcemasa han creado una aplicación que permite que los ciudadanos gestionen el funeral de sus familiares desde cualquier lugar, donde los usuarios podrán comunicar el fallecimiento a los contactos que elijan, estos contactos pueden enviar mensajes de pésame, velas virtuales o solicitar el envío de flores al cementerio.

Esta aplicación tiene herramientas de gestión e información sobre las salas, horarios y ceremonias del funeral.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Aplicación móvil

Las aplicaciones móviles o más conocidas como APPs se usan más en smartphones y tablets, es un programa adaptado para móviles, donde están las aplicaciones empresariales como las de entretenimiento. Actualmente estas aplicaciones son muy significativas para la sociedad que vivimos, ya que cada persona está interconectado en un mundo de información y donde nos permite estar a todos en lugares distintos, nos conecta de lo real a lo virtual.

Es por ello por lo que las empresas en sus planes de marketing gestionan las aplicaciones móviles como herramientas de comunicación que tienen y desarrollan, lo consideran como parte de su estrategia, porque las marcas tienen que estar donde están sus clientes.

Según Robinson & Varan (2011), las aplicaciones son herramientas de promoción, donde se genera reputación e imagen positiva de la marca, se puede colocar publicidad, descuentos, ofertas, etc.

Según Salz & Moranz (2013), es un producto que contribuye en las gestiones e información que requiera el usuario de manera interactiva y automática. Según Barragáns (2012), es un canal de venta, que le permite comercializar productos y servicios de la empresa, además que puede ofrecer a otras compañías que en su app coloquen publicidad, banners, enlaces, etc.

Según Sanz, Marti & Ruiz (2012), es un instrumento de gestión, donde el usuario puede desarrollar tareas de búsqueda, localización e información.

Según Florido – Benítez (2014), es un programa que se utiliza en un dispositivo móvil como herramienta de comunicación, gestión, comercialización de productos y/o servicios, con el fin de facilitarle al usuario las necesidades que solicite de manera automática e interactiva.

2.2.2. Beneficios de las aplicaciones

Dilema de las aplicaciones y un sitio web:

Son dos vías que se complementan en la estrategia de una marca, las aplicaciones tienen una serie de ventajas, por ejemplo, pueden funcionar en situaciones que los usuarios tienen baja o no tienen conectividad a internet desde su móvil. Mediante el uso de una app podemos tener acceso a las funcionalidades de un dispositivo como recibir notificaciones personalizadas, tomar fotos, utilizar la geolocalización con el gps, aprovechar las opciones multitáctiles de las pantallas.

Las aplicaciones son beneficiosas para los usuarios, porque permiten que con facilidad accedan a los contenidos, almacena de manera segura sus datos personales con lo cual pueden ingresar de manera rápida a sus preferencias, además de que les permite hacer compras desde cualquier lugar.

También es beneficioso para las marcas, ya que ganan presencia continua en nuevos canales, con el uso de las aplicaciones se establece comunicación con los clientes, gracias a las herramientas como notificaciones o redes sociales que generan interacción con los usuarios. (association, 2011)

2.2.3. Categorías de apps

Existen diversos tipos y formatos de aplicaciones, se pueden clasificar según su entorno, según donde funciona la aplicación y en base a las funcionalidades.

Según su entorno se elaborarán en funcionamiento de la app en sistemas operativos nativos como Apple IOS, Google Android, los cuales llegan preinstalados.

Según el funcionamiento de la aplicación en web móvil, la ventaja de este es que pueden ser instaladas en distintos sistemas operativos, no importante si tiene un menor rendimiento y menor aprovechamiento de las capacidades técnicas en determinadas situaciones. Y el funcionamiento en otras plataformas como Java, Flash, que son menos utilizadas en la actualidad.

En base a las funcionalidades que ofrecen las apps son muy diversas y cada día se inventan nuevos usos que promueven nichos de mercado que nunca antes se había visto, lo que nos indica que estamos ante un futuro digital.

2.2.4. Tipo de aplicaciones

Aplicaciones Nativas: Se desarrollan en una plataforma de sistema operativo móvil con lenguajes de programación como Swift para IOS y Java para Android, proporciona fácil acceso a prestaciones de dispositivo incorporadas como acceso a la cámara, GPS, Bluetooth. Estas aplicaciones demoran más tiempo en desarrollarse, ya que es más específico, pero ofrecen una mayor seguridad.

Aplicaciones Híbridas: Aplicaciones desarrolladas con HTML y JavaScript, son sitios web empaquetados para que se comporten como una aplicación nativa. Estas aplicaciones hacen llamadas de API de web service para captar los datos, es por eso que son más lentas, ya que cargan los datos a través de internet.

2.2.5. Satisfacción del consumidor

La satisfacción es un estado que incluye elementos de tipo afectivo y cognitivo.

Según Berné (1997), es una emoción que describe la experiencia del cliente con el servicio brindado, es una evaluación completa.

Según Hunt (1997), es considerada como la evaluación de lo experimentado, los clientes satisfechos son menos sensibles al precio, son más tenaces a los ataques de la competencia y eso permite que la empresa mejore su notoriedad ya que se da la comunicación boca - oído de manera positiva.

Según Enríquez, Casas (2013), el usuario se siente satisfecho mediante actitudes positivas. La satisfacción es subjetiva, puede ser medido utilizando escalas de calificación de actitud.

Según Vara (2003), es el gusto que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio.

Según Gise & Cote (2000), definen que son respuestas afectivas de intensidad variable, donde incluyen emociones como felicidad, sorpresa o descontento.

2.2.6. Estados de satisfacción de los clientes

1. Satisfacción: Es cuando el producto o servicio concuerda con las expectativas del cliente, te brindan lo que tu deseas y la atención fue la esperada.
2. Irritación: El intercambio ha concluido felizmente, pero el comportamiento del proveedor no ha sido el apropiado.
3. Insatisfacción: Se da cuando el producto o servicio o producto no alcanza las expectativas del cliente, no satisface los requerimientos del consumidor.

4. Enfado: El intercambio no ha tenido éxito, puede ser por parte del cliente que sus expectativas sean altas o por culpa de un error del proveedor que podía haberse evitado.
5. Excitación: El cliente se lleva una sorpresa agradable porque las expectativas que tenía eran bajas, pero fue lo que recibió fue lo contrario.

2.2.7. Importancia de la satisfacción del cliente

Según Grande (1996), los clientes son super importantes para que las empresas existan. Todas las empresas deben de medir y definir la satisfacción del servicio, para identificar los problemas que presentan en el servicio, lo cual les sirve para evaluar el avance de la empresa.

2.2.8. Como medir la satisfacción de los clientes

Según Douglas H (2002), la satisfacción de los clientes se obtiene evaluando directamente, que se suele obtener por medio de encuestas de satisfacción e indirectamente, donde evalúan los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes.

Para la medición de la satisfacción de los clientes, las empresas deben primero conocer las quejas y sugerencias, para canalizar la información de los consumidores. Se puede medir de diversas formas, por la valoración directa, se mide del uno al diez o la valoración derivada que compara lo que espera un consumidor con lo que recibe.

2.2.9. Utilidades

Utilidad se asocia a programas que cumplen una función de mantenimiento para el funcionamiento del equipo.

Dentro de las utilidades se pueden distinguir distintas versiones según su función:

- Libres o freeware: Programas gratuitos, no están sujetos a ningún tipo de restricción legal para su uso.
- Shareware: Funcionamiento limitado y con restricciones de uso, tiene un período de vigencia para funcionar.
- Demo: Programa comercial destinado a mostrar al posible usuario sus características.
- Comerciales: Aquellas que se encuentran sujetas a su compra para poder usarlas.
- Beta: Versiones previas de un programa, para comprobación de su funcionamiento antes de su lanzamiento comercial.

Hay muchos motivos por las cuales las empresas deberían contar con una aplicación móvil, muchas empresas creen que por sus características no es tan útil esta herramienta, pero por

ejemplo un ecommerce es de mucha utilidad, es un negocio de comprar en línea, puedes realizar las compras en cualquier momento, obtienes mayores beneficios.

Otra utilidad de las aplicaciones móviles para crear una imagen y estar presentes en el mercado, obtener información de la empresa, localización de sus tiendas físicas más cercanas o como contactarse con ellas.

Por otro lado, también tienen la utilidad de tener aplicaciones internas con la cual tienen un acceso a una visión general de aspectos de la empresa de forma sencilla.

2.2.10. Calidad de servicio

Según Imai (1998), se refiere a los productos o servicios terminados, además de los procesos que se relacionan con ellos, que son de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

Según De La Cruz (2008), los clientes distinguen los siguientes **niveles de calidad como:**

- a) Exigible: Niveles mínimos, que si no lo tienen el cliente se sentirá insatisfecho.
- b) Esperada: Lo que el cliente desea internamente, la cual se denomina expectativa.
- c) Sorpresa: Cuando no se espera algo y se sienten sorprendidos que lo hagan, son detalles que le agradan al cliente.

Según Abadi (2004), Los **objetivos** son:

- Satisfacer al cliente.
- Mejorar continuamente el servicio.
- Eficiencia en la prestación del servicio.

2.2.11. Componentes de la calidad de servicio

Confiabilidad: Darles un servicio de manera segura, fiable, que crean en nosotros, realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad: Hacer que los clientes se relacionen con las empresas, que se tengan varias vías de contactos con ellos, como sugerencias, reclamos, etc., ya sean físicamente u online con el fin de sacarle provecho a las fallas que detectan.

Respuesta: Habilidad y destreza de atender y dar un buen servicio a nuestros clientes.

Seguridad: Los clientes deben percibir que los servicios que les damos no son riesgosos.

Empatía: Ponerse en la situación del cliente, en su lugar y saber cómo se siente.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Aplicación móvil

Notificación push

Son notificaciones automáticas, alertas que envían desde un servidor a una aplicación, comunicando alguna información importante, de algún evento o servicio nuevo.

Software

Conjunto de programas o aplicaciones que permiten la realización de tareas específicas, hacen posible el funcionamiento de los equipos.

Android

Es el sistema operativo móvil que más se utiliza en el mundo y ha sido desarrollado por Google, basado en Linux y otros programas de código abierto.

Geolocalización

Herramienta que permite obtener la localización de los usuarios usando una dirección IP o el GPS.

IOS

Sistema operativo desarrollado para dispositivos móviles propietarios de Apple y derivado de Mac. (association, 2011).

2.3.2. Satisfacción del consumidor Usuario

La Rae define que es alguien que usa o utiliza algún tipo de objeto o un servicio, ya sea privado o público.

Cliente

Según Barquero, Rodríguez de Llauder, Barquero, & Huertas., es la persona que necesita de un producto o servicio que tiene la empresa para cubrir una necesidad no satisfecha.

Calidad

Según Fontalvo H. & Vergara S. (2010) se define como características de un producto o servicio que satisfacen las necesidades de los clientes”.

Necesidad

Según Kaufman (2004), es un trastorno entre los resultados actuales y los resultados deseados o requeridos de los recursos, procesos o métodos.

Incidentes críticos

Según Flanagan (1954), Son sucesos que han creado dudas o molestias por resultados inesperados en los que interactúan el cliente y la empresa.



Capítulo 3 Reporte de casos

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo de la investigación

El tipo de la investigación utilizada es teórica de paradigma naturalista. De alcance transversal porque se da en un periodo de tiempo determinado (año 2018) y de enfoque cualitativo porque estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Investigación no estructurada con base en muestras pequeñas que proporcionan un panorama y comprensión del escenario.

3.1.2. Diseño de la investigación

El tipo de diseño es no experimental que se define como aquella que se realiza sin mover intencionalmente las variables. Lo que se hace en esta investigación no experimental es observar los fenómenos tal, para después analizarlos.

3.1.3. Población y muestra de la investigación:

Según Tamayo (2012) señala que la población es un conjunto total de personas, objetos o medidas que tienen características comunes observables en un lugar determinado. En este estudio de caso la población está constituida por todos los usuarios que usan la aplicación móvil, para realizar cualquier asistencia, sobre los cuales a través de una entrevista a profundidad tratamos de medir las percepciones que ellos tienen sobre dicha aplicación. De esta forma para efectos de esta investigación se han realizado 10 entrevistas a profundidad.

3.2. Experiencia empresarial

La empresa Parque del Recuerdo, es un camposanto católico que tiene 25 años de fundada, su actividad principal es de sepultar a las personas y de evangelizar a sus familias, dándoles asistencias previsionales con esperanza cristiana y que ante la pérdida de un ser querido se le otorgue una sepultura digna y respetuosa como lo pide la misión católica.

Parque del Recuerdo quiere que lo vean como un Cementerio Católico que se preocupa por las familias y que está tiene un grupo humano acogedor, unido y comprometido.

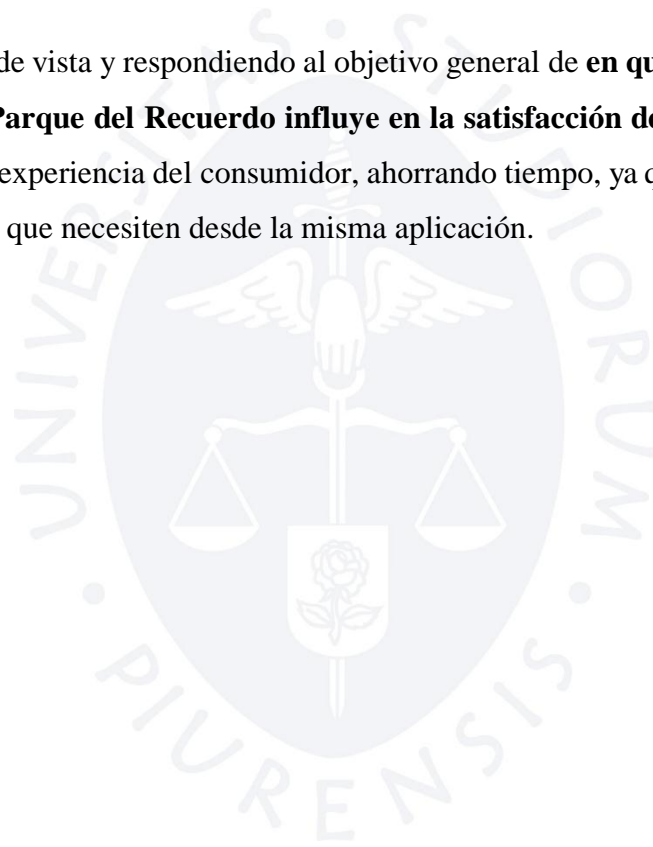
Tiene como slogan Recuerda, Ora y Confía. Sus valores están enfocados en el respeto a la iglesia católica, al servicio a la persona, a la integridad, honradez, a trabajar en equipo, a ser proactivos y tener bastante comunicación.

Los productos que ofrecemos son sepulturas de tipo personal, doble, triple, familiar, cinerarios y columbarios, individuales compartidas, en la cual comparten espacios con distintas familias y mausoleos. Estos productos los pueden adquirir como una necesidad inmediata, que es cuando ya tienes un fallecido y necesitas sepultarlo o como una necesidad futura, que es como un seguro, lo adquieres por prevención.

3.3. Resultados

Se han obtenido después de entrevistar a profundidad a 10 personas, entre hombres y mujeres, en el rango de edad es de 30 a 50 años, que tienen un contrato con la empresa Parque del Recuerdo.

Desde mi punto de vista y respondiendo al objetivo general de **en qué medida el uso de la Aplicación móvil Parque del Recuerdo influye en la satisfacción del consumidor**, puedo decir que mejora la experiencia del consumidor, ahorrando tiempo, ya que pueden realizar los trámites y consultas que necesiten desde la misma aplicación.



		Respuestas									
Pregunta		Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10
Nivel de satisfacción del consumidor	¿La aplicación móvil Parque del Recuerdo satisface las necesidades que tiene cuando se encuentra en el camposanto o fuera del mismo?	Sí, satisface mis necesidades en este caso solo utilizo para realizar mis pagos.	Sí, satisface mis necesidades para realizar los pagos.	Sí, satisface mis necesidades, me sirve de mucho	Sí, satisface mis necesidades, me ha servido, me ha ayudado bastante.	Sí, satisface mis necesidades, me ha ayudado bastante.	Sí, si satisface, me ayuda en lo necesario	Me ayuda cuando estoy visitando a mi mamá porque llego hasta su tumba sin tener que preguntar	Sí satisface mis necesidades	Hasta el momento me ha ayudado en lo que necesito	La aplicación me satisface en el servicio que necesito que es el pagar, aunque deberían mejorar en el funcionamiento
	¿Cómo ha mejorado su experiencia en Parque del Recuerdo con la aplicación móvil?	Ha mejorado porque todo lo puedo hacer desde la aplicación, es una buena alternativa para los usuarios, si la aplicación fuera un poco más rápida para nosotros sería excelente.	Puedo realizar los pagos desde donde sea.	Ha mejorado bastante porque me ahorra tiempo, en caso de realizar el pago de mis cuotas.	Ha mejorado mi experiencia porque me ahorra tiempo.	Ha mejorado mi experiencia porque me ahorra tiempo y para pedir información.	Me ahorra tiempo y evito hacer colas en los bancos	Ahora voy de frente a ver a mi mamá	Mejora la experiencia porque me ahorra tiempo en todo sentido	En realizar mis pagos a tiempo	solo uso el de pagos y para revisar mi cronograma
	Recomendaría usted la aplicación móvil Parque del Recuerdo, ¿Por qué?	Sí, la recomendaría porque me facilita el no ir tanto para hacer los pagos a las oficinas y lo puedo hacer desde cualquier lado.	No recomendaría la aplicación, así como esta ahorita.	Ha mejorado bastante porque me ahorra tiempo, en caso de realizar el pago de mis cuotas.	Sí la recomendaría me ayudado en las localizaciones, para visitar a mis seres queridos, en los pagos en línea.	Sí la recomendaría porque es de fácil uso, tiene recordatorio, no tienes que rebuscar ni ir a la web, porque en la aplicación puedo hacerlo todo.	sí, tiene todo directo desde un solo aparato	Sí la recomendaría, pero tiene que mejorar, no es de fácil uso	Si la recomendaría, evita que dependas de otras personas para realizar los trámites que quieres hacer	Sí la recomendaría, porque te ahorra tiempo	La recomendaría porque es útil, pero tienen que mejorar la funcionalidad, acceso

El 100 % de nuestros entrevistados indicaron que la aplicación móvil Parque del Recuerdo, satisfacía sus necesidades, que la usaban cuando estaban dentro del camposanto localizando la ubicación de la sepultura de su ser querido, así como también fuera del camposanto realizando los pagos de sus cuotas, que les ahorra tiempo para realizar los trámites que tenían que hacer, evitaban las colas y comisiones que te cobran en los bancos y que todo lo podían hacer desde la aplicación.

El 90 % recomendaría la aplicación móvil, porque les es de fácil uso y de mucha utilidad, pero el 10% indicó que no la recomendaría porque tenía que mejorar la funcionalidad y acceso.

Objetivo Especifico: **Describir el nivel de satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que le brinda Parque del Recuerdo.**

	Pregunta	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10
Percepción de la marca	¿Qué opina de la marca Parque del Recuerdo y las herramientas tecnológicas que está innovando?	Las herramientas son buenas, así como la página web que tiene toda información que necesitamos.	No podría responderle	Que la marca es buena, pero le falta mejorar, colocar al 100 % todos los servicios que presta, costos, horarios, servicios, etc.	Las herramientas tecnológicas muy buenas, he entrado a la web y he podido visualizar los sepelios del día y eso nos ha ayudado a mí y a mi familia.	Que están bien porque ya no necesito revisar la página web, ahora todo lo veo desde mi celular que es con lo que yo más trabajo.	Que son buenas las herramientas, nos facilita la información	Recién las estoy conociendo y tratando de entenderla	Que está bien que tenga estas herramientas porque ayuda al contratante a que tenga la información que necesita a su alcance	Las herramientas que tiene como la página web que uso para pagar es buena y ahora que me han recomendado la aplicación, puedo opinar que está bien porque son nuevos canales de información	Que es bueno que innove y busque mejoras para los clientes
Calidad de servicio	¿Qué nos puede comentar sobre el servicio que le brinda la empresa Parque del Recuerdo?	Que es bueno, me atienden en lo que necesito	Que su atención es buena	El servicio es bueno, no he tenido ningún problema	El servicio de Parque del Recuerdo es bueno.	El servicio es bueno, me dan la información que necesito.	No he tenido ningún inconveniente, hasta el momento todo bien	El servicio que tiene parque del recuerdo es normal, estoy conforme	Su servicio es bueno, el personal es atento	Es bueno, pero demoran mucho en los procesos	Solo he tenido que acercarse para lo de mi contrato y me atendieron bien
	¿Se siente conforme con la atención que le brinda Parque del Recuerdo?, ¿Qué mejoraría?	Sí, me siento conforme	Su atención es básica	Me siento conforme con la atención	Su atención es buena, me siento conforme con el servicio que me da Parque del Recuerdo.	Sí me siento conforme con la atención que me brinda Parque del Recuerdo.	Sí estoy conforme, pero las personas que trabajan ahí deberían informar sobre la aplicación y como pagar por ahí	Sí, aunque las personas que atienden demoran mucho	Sí estoy conforme, la persona que me atendió en su momento fue muy servicial	Si estoy conforme con la atención	Las personas que trabajan en las oficinas deberían dar la información de estos beneficios nuevos

El 100% de los entrevistados indicaron que la atención y el servicio que les brinda Parque del Recuerdo es bueno, se sienten conformes, no han tenido inconvenientes, les brindan la información que necesitan, pero lo que mejorarían sería informar más a sus trabajadores sobre los nuevos beneficios que tiene la empresa para que se les pueda comunicar a los clientes.

El nivel de satisfacción es alto, los clientes ven a Parque del recuerdo como un cementerio que innova, quiere darles a sus clientes un buen servicio, como crear nuevas herramientas tecnológicas para que tengan la información que necesitan a su alcance.

Objetivo específico: Evaluar el efecto que genera las utilidades del aplicativo móvil en el consumidor de Parque del Recuerdo.

		Respuestas									
Pregunta	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	
¿Qué opina sobre la aplicación móvil de Parque del Recuerdo? ¿Considera que la aplicación móvil es de fácil uso?	La aplicación de Parque del Recuerdo es buena, pero está teniendo fallas, se cuelga y es un poco lenta. La aplicación es de fácil uso.	Considero que la aplicación de Parque del Recuerdo no es de fácil uso, si te olvidas tu clave, no sé cómo recuperarla.	Sí considero que es de fácil uso, es sencilla.	Sí, la tengo descargada en mi celular y me es de fácil uso.	Sí, la tengo descargada en mi celular, la aplicación me indica todo, mi cronograma de pagos y todos los detalles que tenga. Es una buena alternativa que han sacado para todas las personas que se interesan en saber de Parque del Recuerdo.	Considero que es buena, solo que a veces se cuelga y para iPhone está teniendo problemas, no carga Si es de fácil uso	No es de fácil uso, para ingresar a pagar me piden usuario y contraseña y no lo recuerdo y no me dicen que hacer	Es accesible para que la puedan usar todos, es algo bueno que ha hecho Parque, mejoró la versión anterior	Recién me la he descargado, hace unos días, si es buena, me la recomendaron	Es buena pero solo funciona para Android, no para iPhone	
¿Con qué frecuencia utiliza la aplicación móvil Parque del Recuerdo?	La utilizo cada vez que tengo que realizar los pagos de mis cuotas.	La utilizo una vez al mes.	La utilizo cuando tengo que realizar mis pagos y a visitar a mi ser querido	La uso cuando voy a visitar a mis familiares y a fin de mes cuando tengo que pagar mis cuotas.	Le doy bastante uso porque yo trabajo con el móvil y ahí puedo realizar mis pagos en línea y todo. La uso en fechas de pagos.	Solo la uso para realizar los pagos de mis cuotas	mis hijos la usan cuando visitamos a mi mamá en su tumba	la utilizo todos los meses	La he usado para buscar a mi ser querido y para pedir información	la uso para pagar	
¿Considera usted que los servicios que tiene la aplicación móvil son útiles y beneficiosos para usted?	Si creo que sí son útiles y nos sirven mucho.	Si son útiles pero la forma de visualizar y presentarlos no son los adecuados.	Si considero que son útiles, puedes localizar a todas las personas que quieres visitar	Si considero que son útiles y beneficiosos para todos los que la usan, antes iba al banco y pagaba comisiones y desde acá no cobran.	Si claro que sí, son bien útiles, es de mucho beneficio para mí.	Sí son útiles	no conozco todos los servicios que tiene la aplicación	Son útiles, puedes hasta dejar intenciones para las misas	recién estoy averiguando que cosas tiene	solo uso el de pagos y para revisar mi cronograma	
¿Qué otros servicios adicionales quisieras que tenga la aplicación móvil Parque del Recuerdo?	Quisiera que tenga informaciones de espacios disponibles y los precios para un futuro.	Lo que le falta a la aplicación es una alerta directa que te avise las fechas de pago y formas de pago, no llegan alertas, ni avisos.	Quisiera que tenga los costos de los productos, que muestre esa información.	Quisiera que la aplicación tenga todos los servicios que me ha mencionado. Información sobre sepulturas, información de espacios disponibles, pagos de misas particulares y solicitar planes florales.	Quisiera que la aplicación tenga información de sepulturas, para tener en cuenta o en caso de algún suceso, que pasos a seguir.	Considero que está bien	Con lo que tiene está bien	Está bien, si no estaría muy cargada	Hasta donde he estado navegando en esta aplicación, los servicios que tiene ayudan al contratante	Con lo que tiene está bien	

Las utilidades de la App generan en los consumidores un efecto positivo y beneficioso, el 70% utiliza la aplicación para realizar sus cuotas todos los meses y el 30% para ubicar la sepultura de su ser querido cada vez que los visitan. La aplicación está teniendo algunas fallas, se cuelga y es un poco lenta, además que solo está funcionando para Android y no para iPhone. Por otro lado, los clientes quisieran que se le agregue más servicios a la aplicación como alertas de pago, información de espacios disponibles, solicitud de planes florales, etc.

Capítulo 4 Discusión

En el Perú no hay aplicaciones como la que tiene Parque del Recuerdo, si bien nuestras competencias como Campo fe y Jardines de la Paz han lanzado su aplicación móvil, no tiene los beneficios y servicios que le brindamos a nuestros clientes, como ubicar la sepultura de su ser querido vía GPS con mapas virtuales, tener la información actualizada y poseer de una pasarela de pagos, lo que nos permite satisfacer sus necesidades y mejorar la experiencia que tienen con la empresa.

De acuerdo con las respuestas brindadas en las entrevistas a profundidad se pudo determinar que el 100% de nuestros usuarios mencionaron que el uso de la aplicación influye en la satisfacción del cliente, en medida que les permite ahorrar tiempo y esfuerzo en realizar los trámites que deseen sin tener que acercarse a las oficinas y hacer colas. Lo que hace referencia a lo que dice Salz & Moranz (2013), que favorece en las tareas e información que solicita el usuario de una manera interactiva.

Con respecto con la calidad del servicio que brinda la empresa, indicaron que la atención es buena, brindan la información que necesita el usuario, y cumplen con los objetivos de la calidad del servicio según Abadi (2004), complacen al cliente, mejoran continuamente con el servicio y son eficientes en la prestación de este. El 60% de los clientes solo se han acercado una o dos veces a las oficinas para la firma del contrato y para recoger sus documentos y no han tenido inconvenientes y el 40% restante han tenido más relación con los trabajadores de las oficinas ya que han consultado por ubicación de sus difuntos, realizado pagos y solicitada información.

Discutiendo del efecto que genera las utilidades de la aplicación en el consumidor, podemos decir que les es de mucho provecho, les genera un efecto positivo y de beneficio, las aplicaciones son desarrolladas con el enfoque de facilitar el acceso al contenido de la empresa de manera rápida, atractiva y sencilla y es lo que hemos querido hacer con la App Parque del Recuerdo.

El 70% realiza el pago de sus cuotas y ya no tiene que pagar las comisiones que pagaba en el banco y el 30 % busca la ubicación de su difunto, con mapas virtuales e interactivos y puede disfrutar más tiempo de visita con su familiar, lo que es favorable para nuestros clientes.

Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad hechas a 10 clientes y guiándonos del objetivo general y los objetivos específicos planteados, interpretamos lo siguiente:

Primera: La aplicación Parque del Recuerdo, ha permitido mejorar la experiencia de su consumidor, porque tiene características atractivas para el usuario como rapidez, personalización, interacción, accesibilidad y geolocalización. Ahorran tiempo desde un smartphone o Tablet desde donde deseen, uno de los puntos que más valoran.

Segunda: La satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que brinda Parque del Recuerdo es media alta, están conformes con la atención que se les da. Con las herramientas que esta innovando la empresa sienten que se preocupan por sus necesidades y que buscan la mejor manera de poder atenderlos bien y que estén a gusto. La App ha favorecido a la empresa ya que hay menos flujo de personas en las oficinas de atención al cliente realizando consultas sencillas, ya que ahora las pueden hacer mediante la App y no tiene que esperar, ni hacer colas.

Tercera: Las utilidades de la aplicación son beneficiosos para el cliente, son dos funciones que usan más, uno que puede encontrar la sepultura de su ser querido de manera fácil y sencilla, lo cual le permite compartir más tiempo con él o ella y la otra que puede pagar sus cuotas de manera segura, sin tener la necesidad de acercarse alguna ventanilla del banco o a las mismas oficinas de Parque del Recuerdo.

Recomendaciones

1. Para que todos los usuarios se sientan satisfechos con la App, se debe mejorar el diseño de la aplicación, el funcionamiento tanto en Android como en IOS, que se visualicen bien los servicios, presentarlos de manera adecuada, se debe tomar en cuenta aspectos como la navegabilidad y usabilidad de esta ya que de estos depende el éxito de la aplicación.

2. Para que el cliente se sienta satisfecho con la calidad de servicio en la atención que brinda Parque del Recuerdo, se deberá capacitar a la fuerza de ventas y colaboradores que laboran en la oficina de atención al contratante, para que informen a nuestros visitantes y contratantes sobre las herramientas tecnológicas que tiene la empresa, además de información que pueda ser de su utilidad.

3. Según las entrevistas un punto de mejora en las utilidades de la aplicación fue de colocar nuevos servicios como alertas directas, que nos avisen las fechas de pagos, costos de productos, información de sepulturas, información de espacios disponibles, información de documentos para que cuando ocurra algún suceso sepan que pasos seguir.

Con la información recabada de la investigación, podemos indicar que esta aplicación móvil puede llegar a tener una nueva versión con más servicios y beneficios para nuestros clientes, la cual va a hacer que las personas que la usen se lleven una mejor experiencia.

Para darle continuidad a este trabajo se debe estudiar el nivel de satisfacción del cliente con las aplicaciones móviles, las edades y nivel socioeconómico de las personas que interactúan con aplicaciones e investigar cómo influyen las características demográficas.

Referencias bibliográficas

- Alarcón F. (2018). *Propuesta de mejora del proceso para la atención de solicitudes de compra en el hotel los delfines* (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio De Loyola. Facultad de Ciencias Empresariales. Programa académico de Administración de Empresas. Lima, Perú.
- Chicata A. (2014). *Aplicativo móvil multiplataforma para la promoción de un destino turístico, caso: Centro histórico de Arequipa* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santa María. Facultad de Ciencias e Ingenierías físicas y formales. Programa académico de Ingeniería de Sistemas. Arequipa, Perú.
- Gálvez O. (2016). *Aplicación móvil para el reconocimiento y descripción de iglesias católicas en Piura*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ingeniería. Programa académico de Ingeniería de Sistemas. Lima, Perú.
- Herrán A. (2004). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes de una discoteca*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Programa académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas. Piura, Perú.
- Lazaro F. (2005). *Análisis de los efectos del marketing móvil en la satisfacción del usuario de las infraestructuras aeroportuarias* (Tesis Doctoral). Universidad de Málaga. Facultad de Turismo. Málaga, España.
- Liza S & Siancas A. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo*. (Tesis de Maestría). Universidad Privada del Norte. Facultad de Ciencias Empresariales. Programa académico de Administración de Empresas. Trujillo, Perú.
- Quispe P. (2005). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el servicio de traumatología del hospital nacional Hugo Pesce Pecetto Andahuaylas* (Tesis de Licenciatura). Universidad José María Arguedas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Programa académico de Administración de Empresas. Andahuaylas, Perú.
- Ramos A. & Aguilar F. (2015) *Aplicación móvil en Android y Symbian para la gestión de la información turística en la región de Puno* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ingeniería Mecánica Eléctrica, Electrónica y Sistemas. Programa académico de Ingeniería de Sistemas. Puno, Perú.
- Ursino (2014). *La evolución en la adopción de aplicaciones móviles y su relación con el parque de dispositivos* (Tesis de Maestría). Universidad de San Andrés. Facultad

de Gestión de Servicios Tecnológicos y Telecomunicaciones. Buenos Aires, Argentina.

Vento F. (2017). *Implantación de un aplicativo móvil comercial para incrementar las ventas en una empresa administradora de camposantos* (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio de Loyola. Facultad de Ingeniería. Programa académico de Ingeniería Empresarial y de Sistemas. Lima, Perú.

Yauri C. (2018). *Aplicaciones móviles como estrategia didáctica y aprendizaje de las ingles en estudiantes del centro de idiomas de la universidad católica* (Tesis de Maestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Facultad de Educación y Humanidades. Satipo, Perú.

Torrico, D. (1 de noviembre de 2018). Aplicativo móviles permite ubicar las sepulturas dentro de cementerio. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/reportero-ciudadano/1349131-dia-muertos-aplicativo-moviles-permite-ubicar-sepulturas-cementerio>.

Torres, F & Limache, A. (1 de noviembre de 2010). Parques cementerios siguen creciendo y ya equivalen a la mitad de Barranco. *El Comercio*. Recuperado de <http://archivo.elcomercio.pe/sociedad/lima/parques-cementerios-siguen-creciendo-ya-equivalen-mitad-barranco-noticia-662502>.

Paredes L. (22 de septiembre 2018). La adicción al celular, un problema de humanidad. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/la-adiccion-al-celular-un-problema-que-afecta-las-actividades-humanas-271892>.

Gestión. (10 de octubre 2017). *Aplicaciones móviles en Perú han incrementado en 63% la productividad empresarial*. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/aplicaciones-moviles-peru-han-incrementado-63-productividad-empresarial-220422>.

Apéndices

Apéndice A. Matriz de consistencia

Título: Uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa Parque del Recuerdo Autor: Carol Priscila Hurtado Díaz							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema general: ¿En qué medida el uso de la Aplicación móvil Parque del Recuerdo influye en la satisfacción del consumidor en el año 2018? Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que le brinda Parque del Recuerdo? ¿Parque del Recuerdo? ¿Cuál es el efecto que genera las utilidades del aplicativo móvil en el consumidor de Parque del Recuerdo?	Objetivo general: Evaluar en qué medida la aplicación móvil permite mejorar la experiencia del consumidor de Parque del Recuerdo. Objetivos específicos: Describir el nivel de satisfacción del consumidor con la calidad de servicio que le brinda Parque del Recuerdo. Evaluar el efecto que genera las utilidades del aplicativo móvil en el consumidor de Parque del Recuerdo.	Hipótesis general: ----- Hipótesis específicas: -----	Variable 1: Aplicaciones móviles				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			• Utilidades	Uso de la Aplicación móvil	----	----	----
			Variable 2: Satisfacción del consumidor				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
			• Calidad de servicio • Facilidad de uso	Nivel de experiencia Nivel de Satisfacción	----	----	----

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística
Tipo: Básica Alcance: Transversal Diseño: No experimental- Estudio de caso Método: Inductivo	Población: clientes y visitantes de Parque del Recuerdo Tipo de muestreo: No probabilístico Tamaño de muestra: Entrevista a profundidad: 10 personas	Variable 1: Aplicaciones móviles Técnicas: Entrevista Instrumentos: Entrevista a profundidad Variable 2: Satisfacción consumidor del Técnicas: Entrevista Instrumentos: Entrevista a profundidad	Este campo solo considerar cuando el alumno desarrolle la tesis para optar el grado de licenciado.

Apéndice B. Entrevista a Profundidad Instrumento:**Entrevista a profundidad**

Título: Uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa Parque del Recuerdo

Datos del entrevistado

Nombre y Apellido: _____ Cargo: _____

E-mail: _____ Fecha y Hora de entrevista: _____

Instrucciones:

- Entrevistar a personas que utilicen y conozcan la aplicación móvil
- Por favor sírvase responder todas las preguntas

Objetivo general:

Evaluar en qué medida la aplicación móvil permite mejorar la experiencia del consumidor en la empresa Parque del Recuerdo.

Variable 1: Aplicación Móvil

1. ¿Qué opina sobre la aplicación móvil de Parque del Recuerdo? ¿Considera que la aplicación móvil es de fácil uso?
2. ¿Con qué frecuencia utiliza la aplicación móvil Parque del Recuerdo?
3. ¿Considera usted que los servicios que tiene la aplicación móvil son útiles y beneficiosos para usted?
4. ¿Qué otros servicios adicionales quisieras que tenga la aplicación móvil Parque del Recuerdo?

- Información sobre las sepulturas
- Información de espacios disponibles
- Pagos de misas particulares
- Solicitar planes florales

Variable 2: Nivel de satisfacción del consumidor

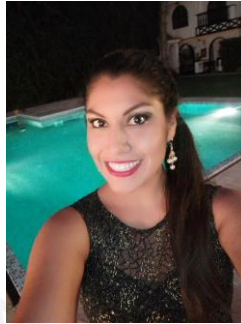
1. ¿La aplicación móvil Parque del Recuerdo satisface las necesidades que tiene cuando se encuentra en el camposanto o fuera del mismo?
Ejemplo: Ubicar a su querido, Pagos en línea
2. ¿Cómo ha mejorado su experiencia en Parque del Recuerdo con la aplicación móvil?
3. Recomendaría usted la aplicación móvil Parque del Recuerdo, ¿Por qué?

Variable 3: Percepción de la marca

1. ¿Qué opina de la marca Parque del Recuerdo y las herramientas tecnológicas que está innovando?

Variable 4: Calidad de servicio

1. ¿Qué nos puede comentar sobre el servicio que le brinda la empresa Parque del Recuerdo?
2. ¿Se siente conforme con la atención que le brinda Parque del Recuerdo?, ¿Qué mejoraría?

Apéndice C. Hoja de vida**CAROL PRISCILA HURTADO DIAZ**

Correo Electrónico: phurtadodiaz14@gmail.com

Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad de Piura | Campus Lima con especialidad en el área de Marketing, llevando diplomados de Gestión de Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, programas de especialización en Comercio Electrónico en la Cámara Peruana de Comercio Electrónico. Experiencia laboral en empresas privadas de distintos rubros, como bancos y cementerios. Actualmente analista de promoción en la empresa Parque del Recuerdo.