



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**TESIS:**

Calidad de atención y satisfacción del cliente externo del  
Estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la Ciudad  
de Pucallpa, Región Ucayali, 2022

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**AUTOR:**

Gitzon Namber Carihuasairo Jiménez

**ASESORA:**

Dra. Lila Ramírez Zumaeta

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión y desarrollo organizacional

**Sub-Línea:**

Gestión empresarial

**UCAYALI – PERÚ**

**2022**

## JURADO EVALUADOR



---

**Mg. Gino Javier Pinedo Vargas**  
Presidente



---

**Mg. Saúl Tovar Yachachi**  
Secretario



---

**Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales**  
Vocal



---

**Dra. Lila Ramírez Zumaeta**  
Asesora

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



## UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

*"Año del fortalecimiento y soberanía nacional"*

#### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

#### LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

En la Ciudad de Pucallpa, siendo las 04:32 pm. del día julio 16 de setiembre del 2022, a través de la modalidad virtual, se dio inicio el acto de sustentación de la TESIS titulada "CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DEL ESTUDIO P.P.L. CONSULTORES Y ASOCIADOS S.A.C. DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, REGIÓN UCAYALI, 2022", elaborado por el bachiller GITZON NAMBER CARIHUASAIRO JIMÉNEZ.

El Presidente da inicio al acto público de sustentación de tesis, con los miembros del Jurado Evaluador integrado por los docentes: Presidente Mg. Gino Javier Pinedo Vargas, Secretario Mg. Saúl Tovar Yachachi y Vocal Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales; designados con RESOLUCIÓN N° 346-2022-FCCyA-UPP de fecha 02 de setiembre del 2022; luego el señor presidente instó al secretario a la lectura de la Resolución de aprobación de tesis.

Acto seguido el Presidente del Jurado invitó a iniciar su exposición al bachiller GITZON NAMBER CARIHUASAIRO JIMÉNEZ, para que seguidamente absolviera las preguntas de cada jurado en su área.

Al terminar la sustentación, el Presidente indica al bachiller y público en general, que el jurado se retira para la deliberación.

Después de deliberar en forma reservada el Jurado emitió la calificación general, de cuyo resultado se establece que el bachiller GITZON NAMBER CARIHUASAIRO JIMÉNEZ fue:

- Aprobado por Unanimidad 17-18
- Aprobado por Mayoría 14-16
- Desaprobado por Mayoría 11-13
- Desaprobado por Unanimidad 00-10

Reiniciando el acto público, se dio lectura a la presente Acta dando por aprobado, los Miembros del Jurado la suscriben en señal de conformidad. Realizado el juramento de honor y las felicitaciones de los miembros del jurado, el Presidente dio por concluido el acto de sustentación siendo las 5.28pm. Horas del mismo día, de lo que se da fe.

Mg. Gino Javier Pinedo Vargas

Presidente

Mg. Saúl Tovar Yachachi

Secretario

Mg. Adrián Marcelo Sifuentes Rosales  
Vocal

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

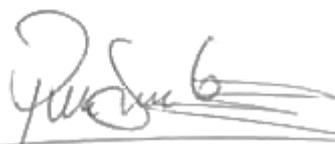
Yo, **GITZON NAMBER CARIHUASAIRO JIMENEZ**, bachiller de la carrera Profesional de Administración de Negocios de la Universidad Privada de Pucallpa, identificado con DNI N° 43195412, con la tesis titulada: **“Calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022”**

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse el fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 15 de julio de 2022



---

Gitzon Namber Carihuasairo Jimenez  
DNI N° 43195412

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



“AÑO DEL FORTECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

## COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA

### Constancia de Originalidad de trabajo de Investigación N° 83

Pucallpa 19 de agosto del 2022

Yo, Dr. JAIME AUGUSTO ROJAS ELESCANO, informo a la decanatura y a quien corresponda que se presentó a mi despacho el informe de tesis titulado: “CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DEL ESTUDIO P.P.L. CONSULTORES Y ASOCIADOS S.A.C. DE LA CIUDAD DE PUCALLPA, REGIÓN UCAYALI, 2022”, perteneciente a los bachilleres: GITZON NAMBER CARIHUASAIRO JIMENES.

Facultad : Ciencias Contables y Administrativas  
Escuela : Administración de Negocios  
Asesor : Dr. Lila Ramírez Zumaeta

Habiendo realizado la verificación de coincidencia con el Software Antiplagio PlagScan, los resultados de similitud fueron 29,6%. El cual está en los parámetros aceptados por las normas de la Universidad Privada de Pucallpa, que es máximo el 30%, por consiguiente, esta Coordinación da su aprobación de conformidad de la aplicación de la prueba de similitud y se autoriza a los bachilleres a continuar con el trámite administrativo correspondiente.

Es todo por informar a su despacho señora Decana.

Atentamente,

Dr. Jaime Augusto Rojas Elescano  
Coordinador de Investigación de la Facultad de CCyA/D

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional; a Diana, quien me enseñó que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se obtiene por sí mismo; a mi hermana Nimia, quien me enseñó que incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez, a mis hijos que son el motivo e inspiración para todos mis proyectos.

**Gitzon Namber Carihuasairo Jimenez**

## **AGRADECIMIENTO**

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda de muchas personas durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo. En primer lugar, a mis padres que me han apoyado y ayudado incondicionalmente; a mi hermano Limber, por haberme acompañado todo este tiempo en todos los momentos que necesite sus consejos.

**Gitzon Namber Carihuasairo Jimenez**

## RESUMEN

Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. El método utilizado fue el inductivo-deductivo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional de corte transversal no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 10 clientes que llevan su contabilidad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, a quienes se les aplicó dos instrumentos elaborados por el investigador, los mismos que fueron validados por criterio de jueces. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,988$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,001$ , es decir, es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 60% de encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio, que brinda la empresa, seguido del 40% de acuerdo y 0% indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por otro lado, el 40% de encuestados están totalmente de acuerdo con la satisfacción del cliente, seguido del 60% de acuerdo y 0% indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Se concluye existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

**Palabras clave:** Calidad de atención y satisfacción del cliente externo.

## ABSTRAC

Determine the relationship between the quality of care and the satisfaction of the external client of the R.P.L. Consultants and Associates S.A.C. of the city of Pucallpa, Ucayali region, 2022. The method used was inductive-deductive, the type of research is non-experimental cross-sectional correlational descriptive, the study sample consisted of 10 clients who keep their accounts in the R.P.L. Consultants and Associates S.A.C. from the city of Pucallpa, Ucayali region, 2022, to whom two instruments prepared by the researcher were applied, the same ones that were validated by the criteria of judges. After applying the Spearman statistical test,  $r=0.988$  high positive correlation and  $p\text{ value}=0.00<0.001$  are obtained, that is, it is highly significant, the null hypothesis is rejected with a significance level of 1%. Likewise, 60% of respondents totally agree with the quality of service provided by the company, followed by 40% agree and 0% undecided, disagree and totally disagree. On the other hand, 40% of respondents strongly agree with customer satisfaction, followed by 60% agree and 0% undecided, disagree and strongly disagree. It is concluded that there is a significant relationship between the quality of care and the satisfaction of the external client of the R.P.L. Consultants and Associates S.A.C. of the city of Pucallpa, Ucayali region, 2022.

**Keywords:** Service quality and external customer satisfaction.

## ÍNDICE

<b>Jurado evaluador</b>	ii
<b>Acta de sustentación</b>	iii
<b>Declaración jurada de autenticidad</b>	iv
<b>Constancia de originalidad del trabajo de investigación</b>	v
<b>Dedicatoria</b>	vi
<b>Agradecimiento</b>	vii
<b>Resumen</b>	viii
<b>Abstract</b>	ix
<b>Índice</b>	x
<b>Índice de tablas y figuras</b>	xii
<b>Introducción</b>	xiii
<b>CAPITULO I.- EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>01</b>
1.1 Planteamiento del problema	01
1.2 Formulación del problema	03
1.2.1 Problema general	03
1.2.2 Problemas específicos	03
1.3 Formulación de objetivos	04
1.3.1 Objetivo general	04
1.3.2 Objetivos específicos	04
1.4 Justificación de la investigación	04
1.5 Delimitación del estudio	05
1.6 Viabilidad del estudio	05
<b>CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO</b>	<b>07</b>
2.1 Antecedente del problema	07
2.2 Bases teóricas	14
2.3 Definición de términos básicos	21
2.4 Formulación de hipótesis	23
2.4.1 Hipótesis general	23
2.4.2 Hipótesis específicas	23
2.5 Variables	23
2.5.1 Definición conceptual de la variable	23
2.5.2 Definición operacional de la variable	24

2.5.3 Operacionalización de las variables	24
<b>CAPITULO III.- METODOLOGÍA</b>	<b>27</b>
3.1 Diseño de la investigación	27
3.2 Población y Muestra	28
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.4 Validez y confiabilidad del instrumento	30
3.5 Técnicas para el procesamiento de la información	32
<b>CAPITULO IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	<b>33</b>
4.1 Resultados	33
4.2 Discusión	50
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>52</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>55</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>59</b>
Anexo 1: Matriz de consistencia	60
Anexo 2: Instrumentos de aplicación	62
Anexo 3: Matriz de validación	65
Anexo 4: Confiabilidad del instrumento de investigación	71
Anexo 5: Fotos	75

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla y Figura 01: Dimensión: Elementos tangibles	33
Tabla y Figura 02: Dimensión: Fiabilidad	34
Tabla y Figura 03: Dimensión: Capacidad de respuesta	35
Tabla y Figura 04: Dimensión: Seguridad	36
Tabla y Figura 05: Dimensión: Empatía	37
Tabla y Figura 06: Variable: Calidad de atención	38
Tabla y Figura 07: Dimensión: Percepción del servicio	39
Tabla y Figura 08: Dimensión: Expectativas del servicio	40
Tabla y Figura 09: Dimensión: Niveles de satisfacción	41
Tabla y Figura 10: Variable: Satisfacción del cliente externo	42
Tabla 11: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables calidad de atención y satisfacción del cliente externo	44
Tabla 12: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente externo	45
Tabla 13: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente externo	46
Tabla 14: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente externo	47
Tabla 15: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente externo	48
Tabla 16: Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente externo	49

## INTRODUCCIÓN

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

Como objetivos específicos se determinó la relación que existe entre las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de la variable calidad de atención y las dimensiones percepción del servicio, expectativas y niveles de satisfacción de la variable satisfacción del cliente externo.

Este trabajo de investigación fue estructurado en cuatro capítulos de la siguiente manera:

Capítulo I: El Problema de Investigación, se profundiza sobre el problema, su justificación, objetivos de la investigación y otros que se abordan para el correcto conocimiento del tema a investigar.

Capítulo II: El Marco Teórico, se trata la fundamentación teórica; en la tesis se emplearon 5 dimensiones y 12 indicadores de la variable calidad de atención, 3 dimensiones y 9 indicadores de la variable satisfacción del cliente externo.

Capítulo III: La Metodología, contiene la metodología empleada para desarrollar el trabajo de investigación, como el tipo de investigación no experimental, el nivel de investigación correlacional, el esquema de la investigación, la población, la muestra, se define operativamente al instrumento de recolección de datos y se detalla las técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

Capítulo IV: Resultados y discusión, se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del SPSSV22 y Excel 2010. En la discusión de resultados se presenta la confrontación de la situación problemática formulada, con los referentes bibliográficos de las bases teóricas, en base a la prueba de hipótesis y el aporte científico de la investigación.

Se culmina el trabajo de investigación con la conclusión referida al cumplimiento del objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Planteamiento del problema**

El acelerado proceso de globalización del sistema económico mundial, ha traído como consecuencia que las empresas reorienten su interés hacia la excelencia, en la calidad de sus servicios, dada la necesidad que tienen de competir para obtener y/o mantenerse dentro del mercado mundial.

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo.

Es fundamental que el servicio se defina según la personalidad del cliente. Más que dar respuestas, es necesario ofrecer calidad en todo el proceso. Para que esto suceda, la empresa debe conocer al consumidor y definir un enfoque de comunicación, además de seguir los fundamentos básicos de la atención al cliente.

La calidad de atención no es solo un diferencial competitivo, sino un elemento de extrema importancia para las relaciones comerciales. Eso porque una mala experiencia puede afectar negativamente los procesos de compra y venta, además de perjudicar la fidelización del contacto

Por los puntos planteados anteriormente, se cree que cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes.

El estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa de la región Ucayali, es una empresa especializada en actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría, consultoría fiscal. Fue creada y fundada el 24/07/2013, registrada dentro de las Sociedades Mercantiles y

Comerciales como una Sociedad Anónima Cerrada, comprometida con prestar un servicio de calidad y seguridad a sus clientes.

La presente investigación trata de determinar la relación que existe entre la calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- a. ¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- b. ¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- c. ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- d. ¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?
- e. ¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?

### **1.3 Formulación de objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- a. Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- b. Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- c. Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- d. Determinar la relación que existe la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- e. Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **1.4 Justificación de la investigación**

#### **1.4.1 Teórica**

Esta investigación sirvió para conocer la importancia teórica de las variables de la calidad de atención y su relación con la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **1.4.2 Practica**

Se pretendió conocer si el cliente externo recibe una atención de calidad y se encuentra satisfecho con el servicio recibido; asimismo se pretendió que los resultados proporcionen datos necesarios para establecer una gestión de la calidad estratégica que permita propiciar la toma de decisiones. De esta forma se podrán llevar a cabo mejoras necesarias y posibles cambios con respecto a la atención del cliente externo.

### **1.4.3 Metodológica**

El método más adecuado para el tipo de investigación fue el inductivo y deductivo, según Ramos, E. (2008), Métodos y técnicas de investigación; indica que el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

## **1.5 Delimitación del estudio**

### **1.5.1 Espacial**

La investigación se desarrolló en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **1.5.2 Temporal**

La presente investigación tuvo una duración de seis meses, desde el mes de marzo a agosto del año 2022.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

### **1.6.1 Viabilidad técnica**

El trabajo de investigación fue factible por la disposición de los recursos teóricos, financieros, humanos, materiales necesarios para su ejecución, considerando las normativas vigentes en la Universidad Privada de Pucallpa en concordancia con la nueva Ley Universitaria.

## **1.6.2 Viabilidad financiera**

Estuvo financiado en su totalidad por el investigador.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes del problema**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

Muñoz y Fernández (2015). En su tesis denominada: *“Medición del nivel general de satisfacción de la calidad de los servicios proporcionados a los pacientes y/o usuarios por los hospitales Pymes en el estado de Puebla*, obtuvieron resultados totalmente v confiables (96.05% de fiabilidad considerando el total de ítems), encontraron en general, que la mayoría dio puntajes altos de bueno a muy bueno con respecto a la percepción de elementos visibles, en cuanto a la fiabilidad, las personas que asisten a solicitar los servicios son los que dieron puntajes de regular a bueno, lo que señala que hay confianza, la cual también señala que se puede mejorar, respecto a la capacidad de respuesta tienen puntajes que van de regular, bueno y varios observan el puntaje más alto en muy bueno y en cuanto a seguridad se estima de la misma forma una calificación alta. En este estudio el autor resalta un importante nivel de satisfacción, pero también existe un nivel de insatisfacción, que está relacionado a la capacidad de respuesta, relacionada con la experiencia del usuario-paciente”.

Sánchez A. (2012). En su investigación titulada: *“Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una institución de seguridad social en Guadalupe, Nuevo León*. Cuyo objetivo fue determinar el grado de

satisfacción de los usuarios que acuden a la consulta externa y establecer su asociación con las dimensiones: infraestructura, accesibilidad, trato personal, tiempo de espera y tiempo de consulta. Su estudio fue de tipo transversal, en el que se aplicó encuesta de satisfacción a los usuarios directos de la consulta externa de una unidad de medicina familiar de una institución de Seguridad Social. El instrumento es una adaptación de la encuesta aplicada en el programa SICALIDAD previamente validada por expertos, en donde se tomaron en cuenta las dimensiones de infraestructura, accesibilidad, trato personal, tiempo de espera y tiempo de consulta, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y se entrevistó a los usuarios de la consulta de primera vez y subsecuentes que aceptaron participar al momento de salir de la unidad, se calculó un tamaño de la muestra de 246 pacientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: Se encontró que la iluminación, la temperatura, el mobiliario, así como la limpieza están asociados a la satisfacción de los usuarios. El trato en el área de admisión, el trato al ser recibido por el médico. El trato recibido por el médico, y el trato recibido por el personal de salud están también asociados a la satisfacción del paciente. En cuanto a la accesibilidad: el tiempo de trámite de la consulta resultó estar asociado a la satisfacción. No así la percepción del tiempo de traslado a la unidad”.

Castillo G. (2011). En su investigación: *“Grado de satisfacción del usuario externo con la calidad de atención en la consulta externa que se desarrolla en el Centro Médico Esmil, Ecuador”*. Cuyo objetivo fue determinar las causas que influyen en la percepción de la calidad de atención de consulta externa en dicho nosocomio, teniéndose una muestra de 196 pacientes que asistieron al Centro Médico los cuales participaron de manera voluntaria. Se estructuró con preguntas cerradas. Cuya estructura tomó la escala de Likert. Se obtuvieron los siguientes resultados: se pudo demostrar, que existía mucha satisfacción en cuanto limpieza y comodidad en la sala de espera, insatisfacción en la valoración de los procesos relacionados con lo referente a que sus historias clínicas no están disponibles en el momento de su consulta, la atención en el área de rayos X es mala, la privacidad del paciente durante su atención no se

respeto en su totalidad, el médico no dispone de tiempo necesario para contestar sus dudas o preguntas sobre procedimientos médicos, tratamientos, además refieren que solo algunas veces son tratados con amabilidad y respeto por parte del personal de la consulta externa, estos problemas hacen ver las falencias en el proceso de atención”.

Fond, D. (2014). En su estudio: *“Evaluación de la calidad de la atención de enfermería en pacientes oncológicos tratados con quimioterapia*. Objetivo: valorar la calidad de la atención de enfermería, así como el nivel de satisfacción de quienes la recibieron. Estudio descriptivo y transversal en el Departamento de Quimioterapia ambulatoria del Hospital General docente Dr. Juan Bruno Zayas Alfonso, de Santiago de Cuba, desde julio hasta septiembre del 2013, a fin de evaluar la calidad de la atención de enfermería, así como el nivel de satisfacción de quienes la recibieron. La muestra estuvo constituida por 300 pacientes oncológicos tratados con antineoplásicos y 3 profesionales de enfermería, que laboraban en el mencionado Departamento. Se constató que la calidad de la atención de dichos profesionales en su dimensión trato humano y nivel de atención fue buena, así como el nivel de satisfacción de quienes la recibieron resultó favorable. En este estudio se resaltó la atención de los profesionales para con los pacientes, recibiendo una buena atención y un trato amable, resultandos favorables a la atención de los usuarios”.

Molina, L., y Rivera, R. (2012). En su estudio denominado: *“Percepción del cliente interno y externo sobre la calidad de los servicios en el Hospital General de Cárdenas Tabasco-México*. Tuvo como objetivo conocer la percepción del cliente interno y externo en relación a la calidad de los servicios. Tipo de estudio descriptivo, simple, participaron 60 clientes internos, 70 clientes externos y 10 directivos, considerando las variables de estructura, procesos, resultado y percepción del cliente interno y externo. Reportó que los usuarios que demandaron servicios de hospitalización y consulta oscilan entre 26 a 40 años, que esperaron más de 2 horas (77.5%) para acceder a consulta. En la dimensión de estructura, 70% de directivos y clientes internos mencionan que la

comodidad en consultorios es mala, y buena para el cliente externo (66.1%). En la dimensión de proceso, las ventajas radicaron en la atención y preparación del personal médico y enfermería, la calidad de la consulta es buena por directivos (60%), cliente interno (71.4%) y cliente externo (85.7%). Dimensión de resultados, las expectativas se cumplieron siempre para el directivo y cliente externo (70% y 80% respectivamente), y el cliente interno casi siempre (85.7%). Finalmente concluyeron, que en la estructura hospitalaria los porcentajes no alcanzaron resultados que se esperaban. Los procesos de la atención hospitalaria fueron buenos, debido a los continuos procesos de certificación, acreditación y evaluaciones que ha sido sometido. La percepción de los resultados no fue de todo favorable para el cliente interno, debido a que el cumplimiento parcial de sus expectativas determinó los resultados. En este estudio se analizó las variables de estructura, procesos, resultado y percepción del cliente interno y externo. Finalmente concluyeron, que en la estructura hospitalaria los porcentajes no alcanzaron resultados que se esperaban. Los procesos de la atención hospitalaria fueron buenos, debido a los continuos procesos de certificación, acreditación y evaluaciones que ha sido sometido. La percepción de los resultados no fue de todo favorable para el cliente interno, debido a que el cumplimiento parcial de sus expectativas determinó los resultados”.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

García, D. (2013). En su estudio denominado: *“Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del Centro de Salud Delicias Villa-chorrillos*. Lima, señaló que el 55% de los usuarios encuestados estaba insatisfecho con la calidad de atención brindada en dicho centro, siendo un 45% que indicaba en encontrarse satisfecho de los niveles de satisfacción según las dimensiones consideradas esta evaluación se obtuvo mayor satisfacción en las dimensiones de empatía y seguridad; ya que e todos los encuestados el 52% indicó estar satisfecho con los aspectos encerrados en la dimensión de empatía y el 51.8% en la dimensión de seguridad a

diferencia de las otras dimensiones que muestran un grado mayor de insatisfacción”.

Quispe y Maza (2018). En su trabajo de investigación: “*Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa G&C Imperial Cargo SRL*. Investigación de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional y de diseño no experimental de corte transversal, que incluyó como población de estudio 43 clientes de la empresa G&C Imperial Cargo SRL, para medir la calidad del servicio utilizó el cuestionario creado por Parasuraman que contiene cinco dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía para la satisfacción del cliente se usó el cuestionario desarrollado por Kotler que contiene tres dimensiones: rendimiento percibido, expectativa y niveles de satisfacción. La investigación determinó que la calidad del servicio es considerada como buena por 65.1% y el 81.4% de los clientes se considera como satisfecho y muy satisfecho con los servicios de la empresa. El trabajo concluyó que todas las dimensiones de la calidad del servicio se relacionan con la satisfacción del cliente a excepción de la capacidad de respuesta y la seguridad. Por lo tanto, existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la empresa G&C Imperial Cargo SRL”.

Layme Apaza (2017). En su investigación: “*Calidad el servicio y satisfacción de los clientes de la panadería Layme, el Agustino 2017*, que incluyó como población de estudio a 200 clientes, los resultados demuestran que la calidad del servicio es muy buena en un 49.5% y bueno 45.5% en cuanto a la variable satisfacción del cliente un 61% manifestó estar totalmente satisfecho y 25.5% están satisfechos. La aplicación de la prueba de Rho Spearman mostró una correlación moderada en un 0.780, lo cual demuestra que la aplicación práctica de la calidad del servicio conlleva a una satisfacción del cliente”.

Peltroche Anchay (2016). En su investigación: “*Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, año 2016*, que tuvo como población de estudio a 226

clientes, la investigación determinó que el nivel de calidad de servicio es alto con 83%; 54% de los clientes encuestados están de acuerdo con respecto a la rapidez para solucionar algún problema, además el 73% del total de los clientes analizados están de acuerdo con respecto a que la empresa se preocupa por cubrir con todas sus necesidades y el trabajo concluyó que existe correlación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC en la ciudad de Trujillo, con una correlación de Spearman de 0.815 y una sigma bilateral de 0.0000”.

### **2.1.3 Antecedentes locales**

García, M. (2019). En su trabajo de investigación: “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Soluciones Logística AMIEL E.I.R.L. Pucallpa 2019*”, el presente trabajo de investigación es una tesis de pregrado que tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el servicio de calidad y la satisfacción del cliente de la empresa Soluciones Logística AMIEL E.I.R.L Pucallpa, 2019, en el estudio se utilizaron cinco dimensiones y veinte indicadores de la variable calidad de servicio y tres dimensiones y nueve indicadores de la variable satisfacción del cliente. Se utilizó el diseño de investigación de tipo no experimental, de nivel correlacional, la muestra de estudio estuvo conformada por 20 clientes de la empresa Soluciones Logística AMIEL E.I.R.L Pucallpa, 2019, que intervinieron en el estudio. A través de la prueba de hipótesis, utilizándose la prueba de hipótesis de Spearman se obtiene  $r = 0,605$  correlación moderada positiva y  $p\text{valor} = 0,005 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 70% de clientes para la variable calidad de servicio, refieren que siempre perciben calidad de servicio en la empresa seguido del 30% casi siempre y 0.00% a veces, casi nunca y nunca; para la variable satisfacción del cliente, el 70% de clientes refieren que siempre están satisfechos por el servicio que brinda la empresa, seguido del 30% casi siempre. Se concluye existe una relación directa y significativa entre

la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Soluciones Logística AMIEL E.I.R.L, Pucallpa 2019.

Rodríguez, E. (2017). En su tesis denominada: *“Influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario en la Academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017*. Objetivo: Determinar la influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. El presente estudio se ha realizado con el propósito de demostrar que la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa se da mediante un buen servicio de calidad, por lo que se utilizó de diseño en sucesión o en línea. Método: con la finalidad de tener un conocimiento sobre la influencia del servicio de calidad en los usuarios, se ha empleado la técnica de la encuesta, para cuyos efectos se elaboró un cuestionario de 22 preguntas. Se consideró como muestra a 20 alumnos de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, cuya asistencia de la academia se dio en el periodo de junio a julio del 2017 y quienes contestaron a la encuesta brindándonos una visión general de la satisfacción de los mismos. Resultados: De los resultados obtenidos del estudio se ha determinado que la influencia del servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017, lo cual se vio reflejado en el incremento de usuarios, se obtuvo  $r = 0.90$  positiva alta, y  $p \text{ valor} = 0.037 < 0.05$ , es decir se rechaza la hipótesis nula y se concluye: Existe influencia significativa del servicio de calidad en la satisfacción del usuario de la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. De otro modo también hubo respuestas inclinadas al valor totalmente desacuerdo los cuales no influyen en los resultados. Conclusiones: La influencia del servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario de la academia de baile fitness dance de la ciudad de Pucallpa, 2017.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 Variable 1: Calidad de atención

**Calidad:** “Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (Álvarez, 2006).

**Atención al cliente:** “Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

**Calidad en la atención al cliente:** “Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

Según Pizzo (2013) “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización”.

“La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad empatía” (Berry et al, 1993).

## **Importancia de la calidad de atención**

Sánchez y Dorado (2013) “La importancia de brindar un buen servicio actualmente radica en varios factores tales como, ofrecer un valor agregado pues la competencia es cada vez más grande, los clientes cada vez son más rigurosos y exigentes, un cliente insatisfecho les contará a otros su mala experiencia y por el contrario un cliente satisfecho puede atraer más clientes. Estas y otras razones son por las cuales es de tanta importancia brindar un servicio y atención de calidad lo cual hoy en día se hace obligatorio el cual debe implementarse en todas las áreas donde haya algún tipo de interacción con el cliente y cabe anotar que el buen servicio no solo debe estar presente durante la compra si no también después realizada esta”.

### **2.2.1.1 Dimensiones e indicadores de la calidad de atención**

#### **Dimensión 1: Elementos tangibles**

“Hace referencia a la infraestructura e instalaciones que influyen en la percepción de la calidad por parte del usuario, es necesario que las instalaciones brinden condiciones óptimas de acceso, comodidad y faciliten la atención; también está relacionado con los equipo y dotación en las instalaciones” (Malagón, Gálan y Pontón, 2006, p. 176).

#### **Indicadores:**

- Equipos adecuados
- Limpieza de las instalaciones
- Presentación personal de empleados

#### **Dimensión 2: Fiabilidad**

“Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, destreza para realizar por parte del proveedor sin errores tal servicio, de manera apropiada e íntegra, efectuando los compromisos obtenidos. Comprende la capacidad de

desempeño de manera segura y precisa, como, por ejemplo; prestar un buen servicio, resolución de problemas y de precios y de cumplir con todo lo que se promete, no obstante, la fiabilidad determina el grado de probabilidad del buen funcionamiento de los procesos, teniendo en cuenta el grado de credibilidad, la veracidad y la honestidad en la calidad de atención” (Miranda, F., Chamarro, A., & Rubio, S. 2012).

**Indicadores:**

- Cumplimiento de servicio programado
- Solución de problemas

**Dimensión 3: Capacidad de respuesta**

“Debe mostrar la organización una disposición clara al atender y brindar un vertiginoso servicio, con los trabajadores ansiosos de encantar. Si comete una falta la organización debe de rebelarse de manera rápida y diligente, ya que el cliente estimará de esta manera en gran medida su resistencia y considerará varias ocasiones el servicio como el de gran calidad, ya que la empresa se da cuenta y contesta a su inconveniente alternando de solucionarlos” (Miranda, F., Chamarro, A., & Rubio, S. 2012).

**Indicadores**

- Ayuda a los clientes
- Disposición para atender preguntas

**Dimensión 4: Seguridad**

Setó (2004) “son los conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente” (p. 23).

“La seguridad se relaciona con la calidad puesto que es dependiente de ella. Hay que destacar la importancia que la seguridad implica en la reducción de los riesgos que pueden afectar el quehacer diario y la calidad” (Galván, et al, 2012, p. 175).

**Indicadores:**

- Confianza
- Amabilidad
- Conocimiento

**Dimensión 5: Empatía**

Carrasco (2017) “significa comprender al otro, aunque no se esté de acuerdo con él o no se acepten totalmente sus puntos de vista. Ser empático significa identificarse con otra persona y apreciar o compartir sus sentimientos. Por lo tanto, se trata de una comprensión del otro y respetar sus diferencias y puntos de vista, aunque existan discrepancias” (p. 45).

“Es importante considerar asertividad como una habilidad social para comunicarse adecuadamente con el usuario durante su atención puesto que influye en la empatía que se puede lograr, se puede definir asertividad como un comportamiento adecuado donde uno expresa sus ideas sin ofender a los demás” (Martínez. 2014, p. 32).

**Indicadores:**

- Atención individualizada
- Claridad en las orientaciones brindadas

**2.2.2 Variable 2: Satisfacción del cliente externo**

Philip Kotler (1994) define la satisfacción del cliente como "la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de

comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas".

Según Humberto Serna (2006) "el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos".

La satisfacción puede definirse de forma general como "un estado mental y representa sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales ante el cumplimiento de una necesidad o deseo de información" (Martín y Martín, 2000).

La satisfacción del cliente es concebida como una medida o parámetro de la forma en que los productos y servicios proporcionados por una organización cumplen o superan las expectativas del usuario. La satisfacción del cliente es el número de usuarios, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus experiencias con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) es positivo o conforme a sus expectativas. En la actualidad se denomina satisfacción del cliente cuando este queda conforme con lo que ha recibido. Para Kotler y Armstrong (2012). "La satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del servicio en sí mismo proporciona un nivel placentero de recompensa" (p.15).

### **2.2.2.1 Dimensiones e indicadores de la satisfacción del cliente**

#### **Dimensión 1: Percepción del servicio**

Philip Kotler (2012) "Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "*resultado*" que el cliente "*percibe*" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

Según Philip Kotler (2012), la percepción del servicio tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el cliente".

#### **Indicadores:**

- Rapidez en la atención
- Transparencia en la información recibida
- Conocimiento de personal

#### **Dimensión 2: Expectativas**

Philip Kotler (2012) "las expectativas son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si

las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra”.

**Indicadores:**

- Cumplimiento de horario
- Atención adecuada
- Calidad en la atención

**Dimensión 3: Niveles de satisfacción**

Philip Kotler (2012) “luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

***Insatisfacción:*** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

***Satisfacción:*** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

***Complacencia:*** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional)”.

### **Indicadores:**

- Motivación
- Comodidad
- Satisfacción

### **2.3 Definición de términos básicos**

- **Eficacia:** “Es el logro de los resultados esperados en alguna actividad determinada, sin tomar en cuenta la calidad y cantidad de los recursos empleados en dichos resultados” (Baiza, 2004).
- **Eficiencia:** “Es la relación entre bienes producidos o adquiridos o en todo caso de los servicios prestados y los recursos utilizados para ello” (Baiza, 2004).
- **Toma de decisiones:** “Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones laborales” (Baiza 2004, pp. 1-3).
- **Coaching:** “El coaching es el arte de extraer lo mejor de las personas respetando la integridad del espíritu humano, es, a la vez, una capacidad humana innata y una técnica adquirible, lo usan miles de líderes empresariales importantes que se esfuerzan en desarrollar a toda su gente no abusando de su poder, sino creyendo en ellos, desafiándoles, dándoles apoyo y más comentarios positivos que negativos, asegurándose además de que se cuidan” (Dolan, 2012).
- **Trabajo en equipo:** “Es un pequeño número de personas que, con conocimiento y habilidades complementarias, unen capacidades para lograr determinados objetivos y realizar actividades orientadas hacia la consecución de los mismos, el trabajo individual y colectivo propio del equipo, se realiza dentro de un contexto socio afectivo caracterizado por un clima de respeto y confianza mutua, satisfactoria y gratificante” (Egg y Aguilar, 2001).
- **Competitividad:** “Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”. (Porter, 1985).

- **Liderazgo y valores:** “Los líderes tienen como valores fundamentales la búsqueda de un mundo en paz, la responsabilidad, la armonía, la libertad y el respeto mutuo, lo cual sostiene que los líderes se orientan más hacia el bienestar colectivo que hacia su propio bienestar” (Álvarez, 2007).
- **Comunicación organizacional:** “La comunicación organizacional es básica para la producción, innovación y mantenimiento de la empresa” (Rodríguez, 2006).
- **Capacitación:** “En la actualidad la capacitación se ha constituido en el eje central de los planes de acción encaminados a que las organizaciones logren un mejoramiento continuo y un mayor crecimiento, es decir, se ha constituido en una estrategia de competitividad, contribuyendo al desarrollo y crecimiento del capital humano. Sin la capacitación y las empresas y por ende sus colaboradores no podrían ser competitivos tal y como lo exige la economía actual, una empresa que no busque capacitar a sus colaboradores, simplemente no podrá sobrevivir al nuevo entorno mundial” (Drucker, 2001).
- **Empowerment:** “Es el modo de ofrecer a los trabajadores autoridad, asesoría e instrumentos que estos requieran para efectuar sus labores con superior independencia, facultad y cordialidad” (Chiavenato, 2014).
- **Satisfacción del trabajo:** “Es un conglomerado de emociones positivas o negativas con las que el individuo aprecia su labor, los mismos que son manifestados en ciertas conductas laborales. Se encuentran relacionados con la esencia de la labor y con los que constituyen el ambiente laboral: trabajo de equipo, vigilancia, sistema organizativo, etc.” (Davis y Newstrom, 1991).
- **Servicio:** “Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos” (Bon, 2008).
- **Cliente:** “Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios” (Thompson, 2009).

## **2.4 Formulación de hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

- a. Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- b. Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- c. Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- d. Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.
- e. Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

## **2.5 Variables**

### **2.5.1 Definición conceptual de la variable**

#### **Variable 1: Calidad de atención**

Oliver (2005), “se puede definir como el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas (p. 325).

## **Variable 2: Satisfacción del cliente externo**

“Se puede definir como la valoración del consumidor en relación a una transacción específica de su experiencia de consumo” (Editorial Ideas Propias, 2006, p. 29).

### **2.5.2 Definición operacional de la variable**

#### **Definición operacional de la variable 1: Calidad de atención**

Operacionalmente la variable calidad de atención, se define mediante cinco dimensiones: Elementos tangibles (3 ítems), Fiabilidad (2 ítems), Capacidad de respuesta (2 ítems), Seguridad (3 ítems), Empatía (2 ítems), con cinco opciones: Totalmente de acuerdo = 5, De acuerdo = 4, Indeciso = 3, En desacuerdo = 2, Totalmente en desacuerdo = 1

#### **Definición operacional de la variable 2: Satisfacción del cliente externo**

Operacionalmente la variable satisfacción del cliente externo, se define mediante tres dimensiones: Percepción del servicio (3 ítems), Expectativas (3 ítems), Niveles de satisfacción (3 ítems), con cinco opciones: Totalmente de acuerdo = 5, De acuerdo = 4, Indeciso = 3, En desacuerdo = 2, Totalmente en desacuerdo = 1

### **2.5.3 Operacionalización de las variables**

Hernández, et al (2010) refiriéndose a la operacionalización de las variables, afirman que es: “el proceso que sufre una variable (o un concepto en general) de modo tal que a ella se le encuentran los correlatos empíricos que permiten evaluar su comportamiento en la práctica” (p. 77).

## Variable 1: Calidad de atención

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala Valorativa
		N°	Contenido	
<b>Elementos tangibles</b>	Equipos adecuados	1	¿Se dispone de equipos adecuados para el desarrollo de las actividades en la empresa?	1. <b>Totalmente en desacuerdo</b>  2. <b>En desacuerdo</b>  3. <b>Indeciso</b>  4. <b>De acuerdo</b>  5. <b>Totalmente de acuerdo</b>
	Limpieza de las instalaciones	2	¿La empresa cumple con los estándares de limpieza?	
	Presentación personal de empleados	3	¿La presentación del personal es adecuada?	
<b>Fiabilidad</b>	Cumplimiento de servicio programado	4	¿Se realiza el servicio a tiempo?	
	Solución de problemas	5	¿Existe en el personal de la empresa interés por solucionar los problemas?	
<b>Capacidad de respuesta</b>	Ayuda a los clientes	6	¿El personal demuestra disposición para ayudar a los clientes?	
	Disposición para atender preguntas	7	¿El personal da respuesta a las preguntas de los clientes de manera efectiva?	
<b>Seguridad</b>	Confianza	8	¿El personal brinda confianza a los clientes?	
	Amabilidad	9	¿El personal demuestra amabilidad al momento de atender a los clientes?	
	Conocimiento	10	¿El personal demuestra tener conocimientos suficientes al momento de brindar sus servicios?	
<b>Empatía</b>	Atención individualizada	11	¿Existe por parte de la empresa una atención individualizada hacia sus clientes?	
	Claridad en las orientaciones brindadas	12	¿Se siente motivado(a) al acudir a su centro de labores?	

## Variable 2: Satisfacción del cliente externo

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala Valorativa
		N°	Contenido	
<b>Percepción del servicio</b>	Rapidez en la atención	1	¿Considera oportuno la rapidez en la atención recibida?	<b>1. Totalmente en desacuerdo</b>
	Transparencia en la información recibida	2	¿La información recibida fue clara y entendible?	
	Conocimiento del personal	3	¿El personal de la empresa demuestra conocimiento sobre el servicio brindado?	
<b>Expectativas</b>	Cumplimiento de horario	4	¿El personal es responsable y cumple con su horario de trabajo?	<b>3. Indeciso</b>
	Atención adecuada	5	¿El personal de la empresa realiza una atención adecuada?	
	Calidad en la atención	6	¿Considera usted que el servicio recibido fue de calidad?	
<b>Niveles de satisfacción</b>	Motivación	7	¿Usted se siente motivado por la atención recibida?	<b>5. Totalmente de acuerdo</b>
	Comodidad	8	¿Se siente cómodo cuando le atiende el personal de la empresa?	
	Satisfacción	9	¿Cree obtener los resultados esperados al momento de desempeñar su trabajo?	

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño y tipo de investigación

#### 3.1.1 Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en la presente investigación es de tipo no experimental, transversal:

**No experimental:** Este estudio es de tipo no experimental, dado que el investigador no manipulara los datos de las variables. Al respecto, Hernández, et, al. (2010). Señalan: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149).

**Transversal:** “Es de corte transversal porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et. al, 2010 p. 151).

#### 3.1.2 Tipo de investigación

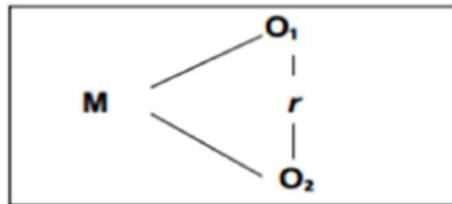
Descriptivo y correlacional:

**Descriptivo:** “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o

cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2010, p. 85).

**Correlacional:** La presente investigación es de nivel correlacional, dado que se pretenderá determinar la relación o asociación entre las variables en estudio. Al respecto, Hernández et. Al. (2010) sostuvieron que: “Su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p. 87).

El diseño de este estudio, se representa en la figura siguiente:



Donde:

M: Muestra de estudio.

O<sub>1</sub>: Observaciones sobre la variable: Calidad de atención

O<sub>2</sub>: Observaciones sobre la variable: Satisfacción del cliente externo

r: Relación entre las variables de estudio

## 3.2. Población y muestra

### 3.2.1 Población

“La población es el conjunto de unidades de observación bien definidas, con características comunes y observables, agrupados con fines de estudio” (Córdova, 2013, p. 84).

Hernández (2014), menciona que es “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p, 174).

La población del estudio estuvo conformada por 10 clientes externos que llevan su contabilidad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

ÍTEM	SERVICIO RECIBIDO	TOTAL CLIENTES
01	Llevar la contabilidad de sus empresas	10
TOTAL POBLACIÓN		10

Fuente: Estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, 2022.

### 3.2.2 Muestra

La presente investigación utiliza una muestra no probabilística, ya que según Hernández (2014), afirma que “las muestras no probabilísticas, también llamadas dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que un criterio estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas” (p. 189). La muestra la conforman los 10 clientes que llevan su contabilidad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### 3.2.3 Método de investigación

**Inductivo:** Estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley.

**Deductivo:** Es lo contrario del anterior. Estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo.

## 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 3.3.1 Técnica

“Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad” (Hernández, 2014, p. 200).

Para el recojo de información de la presente investigación, se utilizó la técnica de la encuesta a los clientes que llevan su contabilidad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

### 3.3.2 Instrumentos

Para el recojo de información se utilizó dos cuestionarios, uno para cada variable de la investigación a los objetivos específicos planteados y de la definición operacional de las variables.

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (Hernández, 2014, p. 217).

## 3.4 Validez y confiabilidad del instrumento

### 3.4.1 Validez

Según Hernández, S.et al. (2014, p. 200) “La validez es el grado en que un instrumento mide realmente la variable que desea medir”; para lo cual se determinó claramente las dimensiones con sus respectivos indicadores.

#### **Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento de la variable calidad de atención y satisfacción del cliente externo**

<b>Grado académico</b>	<b>Apellidos y nombres del experto</b>	<b>Apreciación</b>
Doctor	Rojas Elescano, Jaime Augusto	Aplicable
Magister	Sifuentes Rosales, Adrián Marcelo	Aplicable
Magister	Tovar Yachachi, Saul	Aplicable

### 3.4.2 Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, S. et al., (2014, p. 200. “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, consistentes y coherentes”. Se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach.

### **Alfa de Cronbach**

Universidad de Valencia (2003), afirma que “la validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento que se puede estimar con el Alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación” (Universidad de Valencia, 2003, p. 1).

#### **Variable 1: Calidad de atención**

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Ítems</b>
0,717	12

**Fuente:** Programa SPSSV.22

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,717 por ende, el instrumento es confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

## Variable 2: Satisfacción del cliente externo

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,870	09

Fuente: Programa SPSSV.22

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,870 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó.

### 3.5 Técnicas para el procesamiento de la información

Las principales técnicas que se utilizaron en el trabajo de investigación son la tabulación de datos y el análisis estadístico de las encuestas a través del Excel y el programa SPSS-V22 y se procesó en tablas y figuras las variables y dimensiones del estudio.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Presentación de resultados

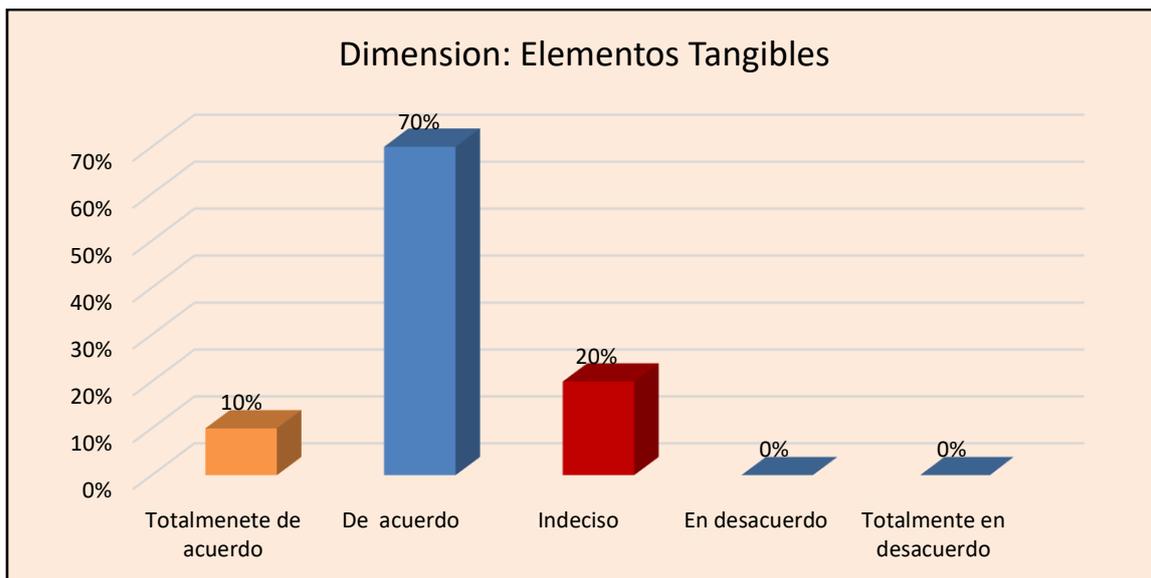
Se procesa las encuestas a través del programa SPSSV22 y EXCEL 2010 se presenta resultados en tablas y figuras de variables y dimensiones

**Tabla 01**

**Dimensión: Elementos tangibles en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	1	10.00
	De acuerdo	7	70.00
	Indeciso	2	20.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 01: Dimensión: Elementos tangibles**  
**Fuente: Tabla 01**

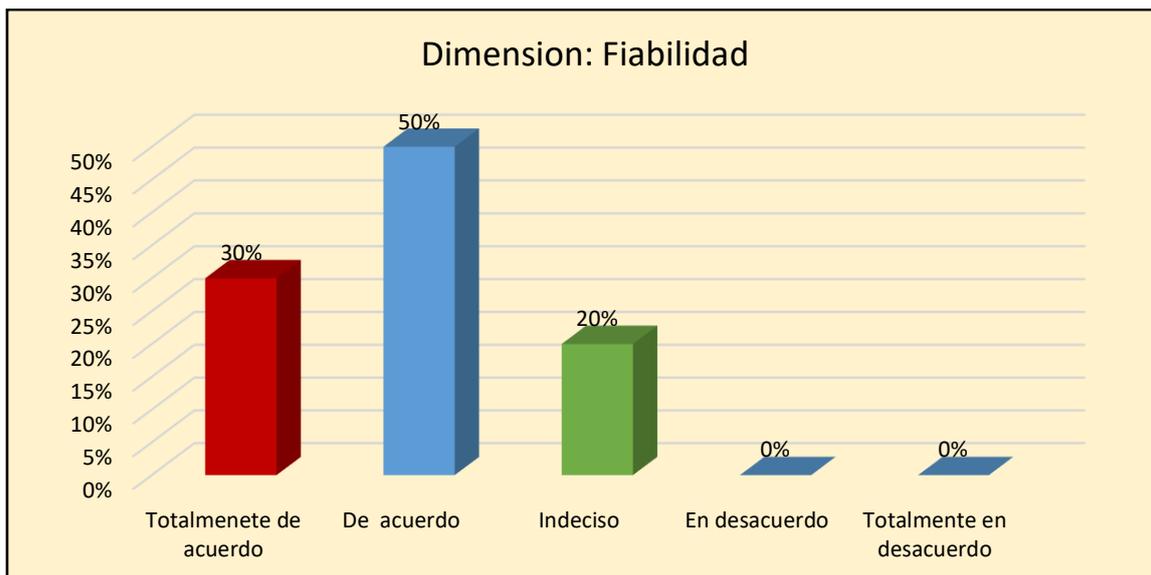
**Interpretación:** De la tabla y figura 01, se observa que el 10% de encuestados están totalmente de acuerdo con los elementos tangible que cuenta la empresa, seguido 70% De acuerdo, 20% Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo.

**Tabla 02**

**Dimensión; Fiabilidad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	3	30.00
	De acuerdo	5	50.00
	Indeciso	2	20.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 02: Dimensión: Fiabilidad**  
**Fuente: Tabla 02**

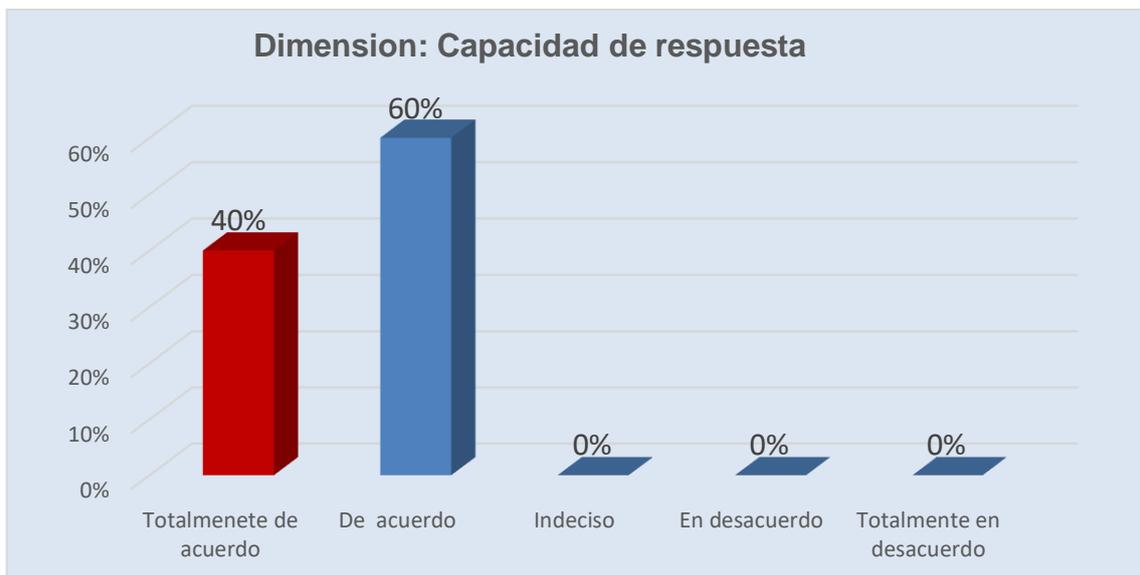
**Interpretación:** De la tabla y figura 02, se observa que el 30% de encuestados están totalmente de acuerdo con el cumplimiento de servicios programados que brinda la empresa, seguido 50% De acuerdo, 20% Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 03**

**Dimensión: Capacidad de respuesta en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	4	40.00
	De acuerdo	6	60.00
	Indeciso	0	00.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 03: Dimensión: Capacidad de respuesta**  
**Fuente: Tabla 03**

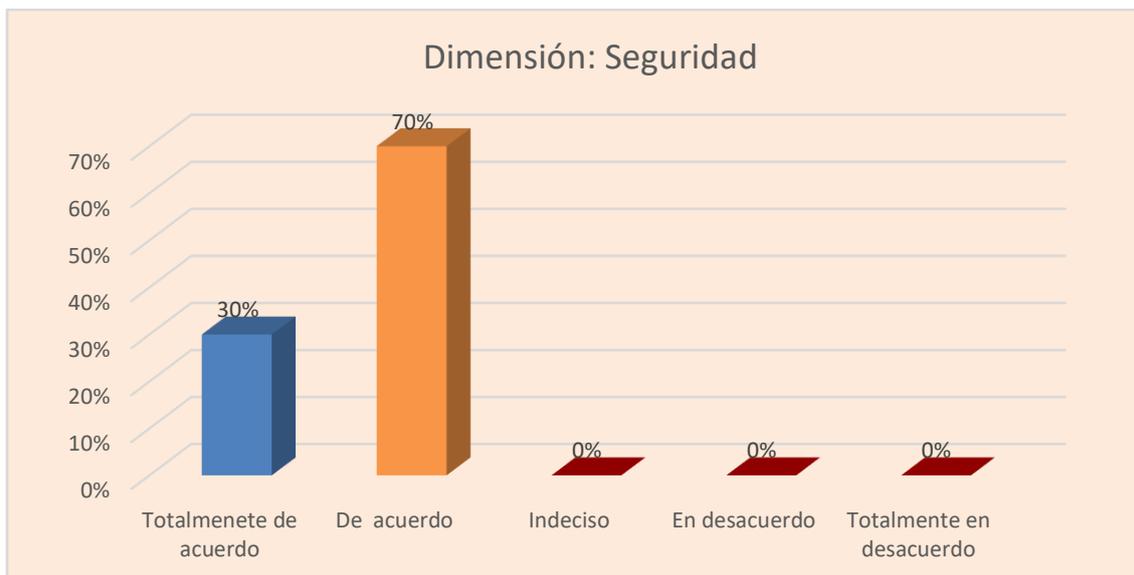
**Interpretación:** De la tabla y figura 03, se observa que el 40% de encuestados están totalmente de acuerdo con el personal que demuestra disposición para ayudar a los clientes, seguido 60% De acuerdo y 0% indeciso, en desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 04**

**Dimensión: Seguridad en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	3	30.00
	De acuerdo	7	70.00
	Indeciso	0	00.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 04: Dimensión: Seguridad**  
**Fuente: Tabla 04**

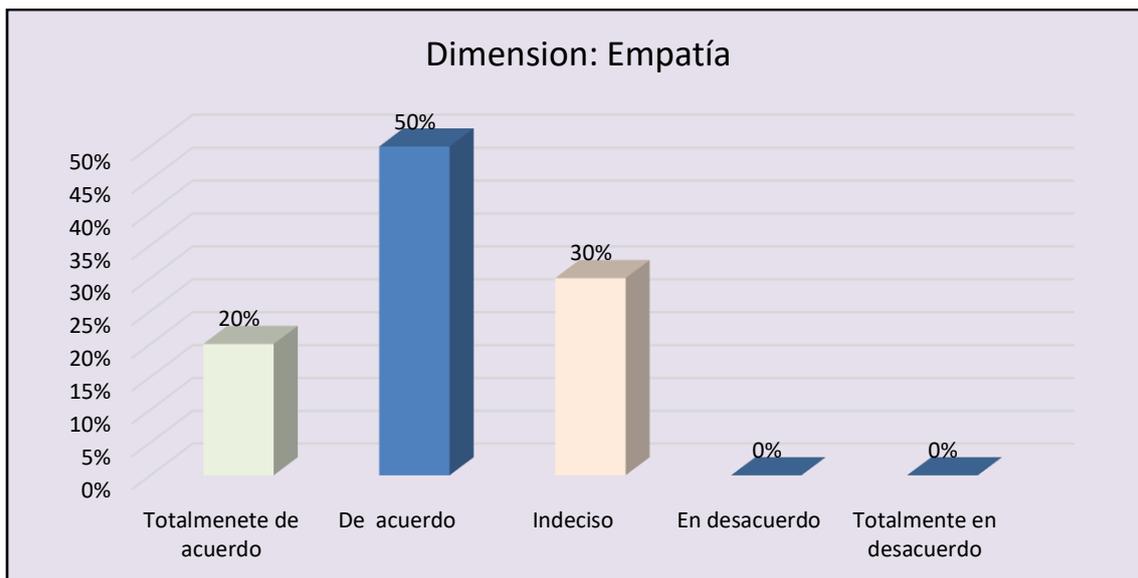
**Interpretación:** De la tabla y figura 04, se observa que el 30% de encuestados están totalmente de acuerdo con la seguridad que brinda la empresa, seguido 70% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 05**

**Dimensión: Empatía en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	2	20.00
	De acuerdo	5	50.00
	Indeciso	3	30.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 05: Dimensión: Empatía**  
**Fuente: Tabla 05**

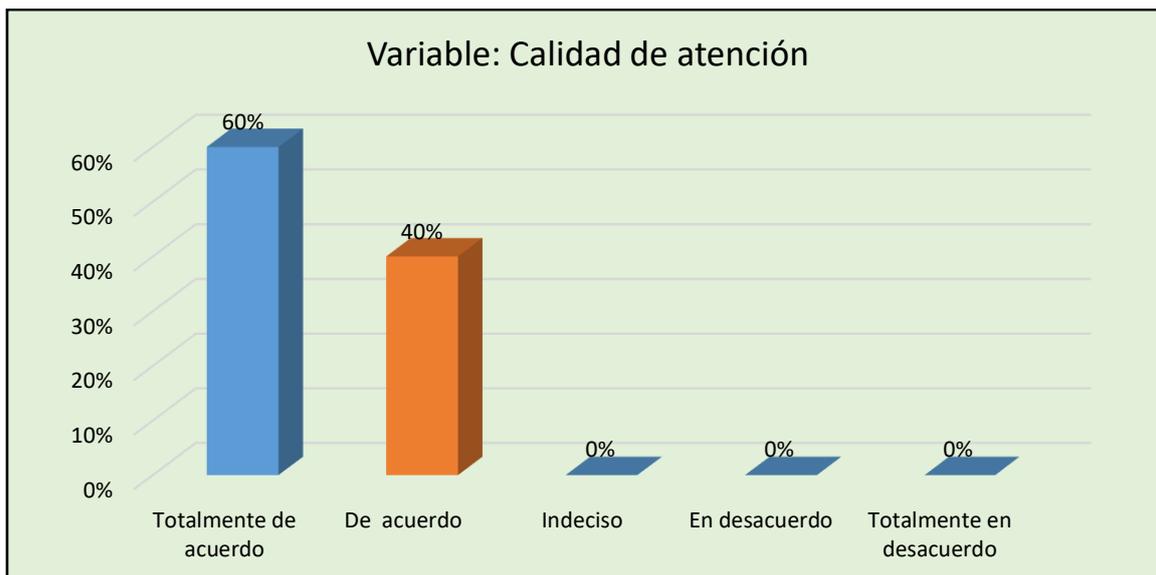
**Interpretación:** De la tabla y figura 05, se observa que el 20% de encuestados están totalmente de acuerdo con la atención individualizada que brinda la empresa, seguido 50% de acuerdo, 30% Indeciso 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 06**

**Variable: Calidad de atención en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	6	60.00
	De acuerdo	4	40.00
	Indeciso	0	00.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 06: Variable: Calidad de atención**  
**Fuente: Tabla 06**

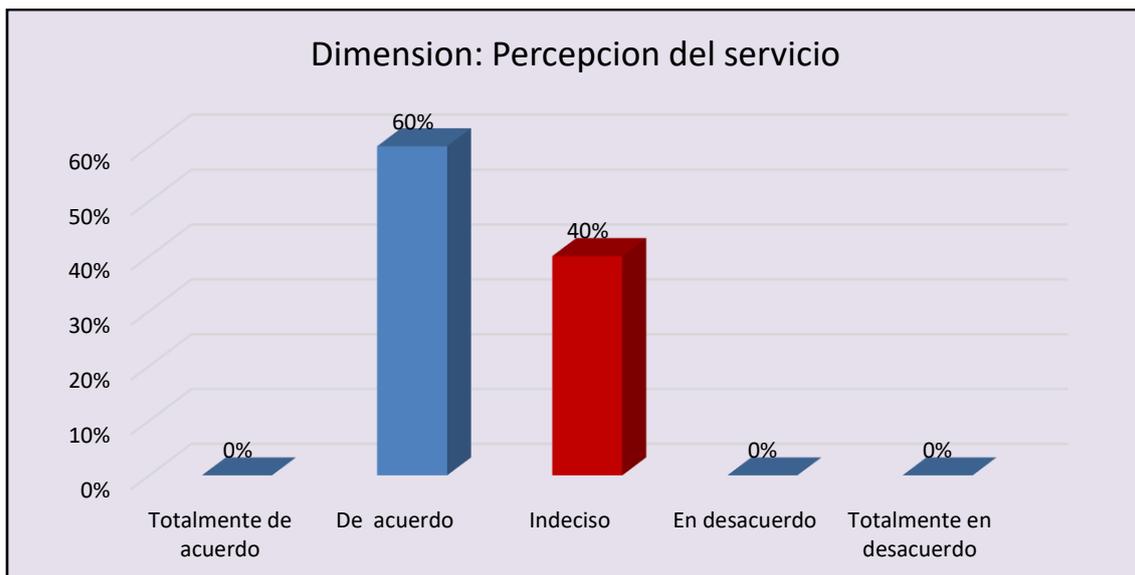
**Interpretación:** De la tabla y figura 06, se observa que 60% de encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la empresa, seguido 40% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 07**

**Dimensión: Percepción del servicio en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	0	00.00
	De acuerdo	6	60.00
	Indeciso	4	40.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 07: Dimensión: Percepción del servicio**  
**Fuente: Tabla 07**

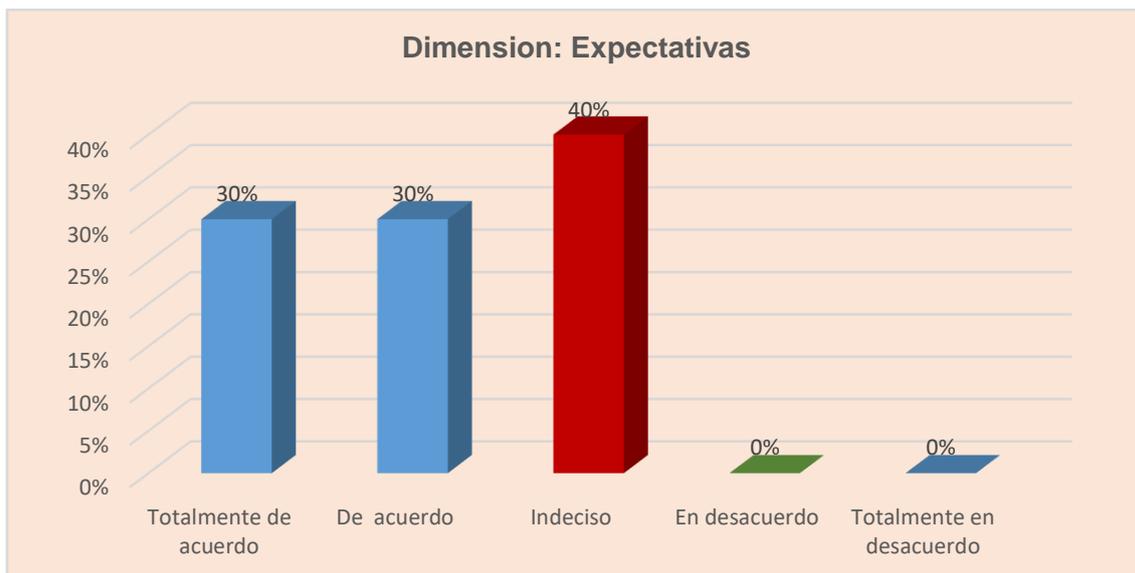
**Interpretación:** De la tabla y figura 07, se observa que 60% de encuestados están De acuerdo con la rapidez en la atención que brinda la empresa, seguido 40% de Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 08**

**Dimensión: Expectativas del servicio en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	3	30.00
	De acuerdo	3	30.00
	Indeciso	4	40.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 08: Dimensión: Expectativas**  
**Fuente: Tabla 08**

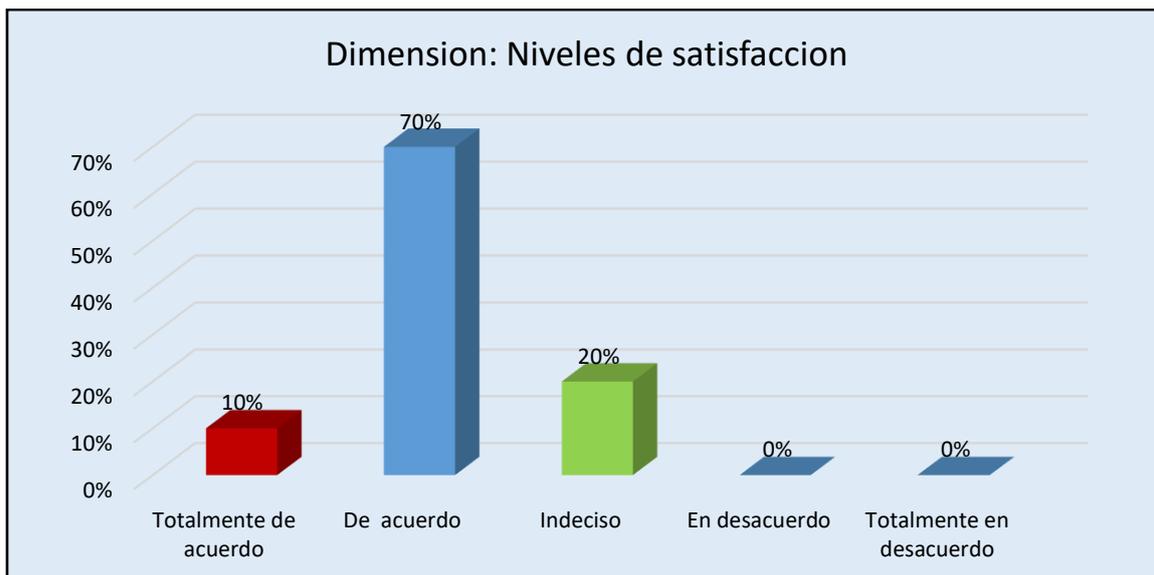
**Interpretación:** De la tabla y figura 08, se observa que el 30% de encuestados están Totalmente de acuerdo y De acuerdo con el cumplimiento de horario, atención adecuada, calidad de atención que brinda la empresa, seguido 40% de Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 09**

**Dimensión: Niveles de satisfacción en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	1	10.00
	De acuerdo	7	70.00
	Indeciso	2	20.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 09: Dimensión: Niveles de satisfacción**  
**Fuente: Tabla 09**

**Interpretación:** De la tabla y figura 09, se observa que 10% de encuestados están Totalmente de acuerdo con la motivación, comodidad, satisfacción, seguido 70% de acuerdo, 20% Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

**Tabla 10**

**Variable: Satisfacción del cliente externo en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, Región Ucayali, 2022**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de acuerdo	4	40.00
	De acuerdo	6	60.00
	Indeciso	0	00.00
	En desacuerdo	0	00,00
	Totalmente en desacuerdo	0	00.00
	TOTAL	10	100

**Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22**



**Figura 10: Variable: Satisfacción del cliente externo**  
**Fuente: Tabla 10**

**Interpretación:** De la tabla y figura 10, se observa que 40% de encuestados están Totalmente de acuerdo con la satisfacción del cliente, seguido 60% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

## PRUEBA DE HIPÓTESIS

### HIPÓTESIS GENERAL

H0: No existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 11**

**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables calidad de atención y la satisfacción del cliente externo**

		Correlaciones		
			V1	V2
Rho de Spearman	Variable (V1): <b>Calidad de atención</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,988**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	10	10
	Variable(V2): <b>satisfacción del cliente externo</b>	Coeficiente de correlación	,988**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.**

**Interpretación:** De la tabla 11, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,988$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01**

### **HIPÓTESIS GENERAL**

H0: No existe una relación significativa entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 12**

**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente externo**

Correlaciones				
			D1	V2
Rho de Spearman	Variable (D1): <b>Elementos tangibles</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,823**
		Sig. (*bilateral)	.	,003
		N	10	10
	Variable(V2): <b>satisfacción del cliente externo</b>	Coeficiente de correlación	,823**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 12, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,823$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,003 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 02

H0: No existe una relación significativa entre fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 13**

### Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente externo

		Correlaciones		
			D2	V2
Rho de Spearman	Variable (D2): <b>Fiabilidad</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,908**
		Sig. (*bilateral)	.	,000
		N	10	10
	Variable(V2): <b>satisfacción del cliente externo</b>	Coeficiente de correlación	,908**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 13, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,908$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,000 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 03

H0: No existe una relación significativa entre capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 14**

#### **Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente externo**

		Correlaciones		
			D3	V2
Rho de Spearman	Variable (D2) Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,785**
		Sig. (*bilateral)	.	,007
		N	10	10
	Variable(V2): satisfacción del cliente externo	Coeficiente de correlación	,785**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	10	10

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 14, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,785$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,007 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 04

H0: No existe una relación significativa entre seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 15**

### Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente externo

		Correlaciones		
			D4	V2
Rho de Spearman	Dimensión: (D4) Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,724*
		Sig. (*bilateral)	.	,018
		N	10	10
	Variable(V2): satisfacción del cliente externo	Coeficiente de correlación	,724*	1,000
		Sig. (bilateral)	,018	.
		N	10	10

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 15, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,724$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,018 < 0,05$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%, se concluye existe una relación significativa entre seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 05

H0: No existe una relación significativa entre empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Hi: Existe una relación significativa entre empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

**Tabla 16**

**Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente externo**

		Correlaciones		
			D5	V2
Rho de Spearman	Dimensión: (D5): Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,811**
		Sig. (*bilateral)	.	,004
		N	10	10
	Variable(V2): satisfacción del cliente externo	Coeficiente de correlación	,811**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	10	10

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

**Fuente:** Resultados obtenidos del procesamiento de la encuesta y procesado con el programa SPSS.V22.

**Interpretación:** De la tabla 16, después de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,811$  correlación alta positiva y  $p\text{-valor} = 0,004 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

## 4.2 Discusión

Para efectos de la discusión los resultados de esta investigación, se inicia con la formulación de la pregunta de investigación. ¿Qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?, donde se ha obtenido relación altamente significativa entre ambas variables de estudio que genera discusión.

De los resultados obtenido de la tabla 06, 10, sobre la variable calidad de atención, el 60% de encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la empresa, seguido 40% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo. Por otro lado, el 40% de encuestados están Totalmente de acuerdo con la satisfacción del cliente, seguido 60% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo. Los resultados coinciden con algunas de las conclusiones de Muñoz y Fernández (2015), donde refiere los elementos tangibles están en nivel bueno, en cuanto a la fiabilidad, las personas que asisten a solicitar los servicios son los que dieron puntajes de regular a bueno, lo que señala que hay confianza, la cual también señala que se puede mejorar, respecto a la capacidad de respuesta tienen puntajes que van de regular, bueno y varios observan el puntaje más alto en muy bueno y en cuanto a seguridad nivel de calificación es alta, pero también existe un nivel de insatisfacción, que está relacionado a la capacidad de respuesta. Lo confirma García (2013). refiere que el 55% de los usuarios encuestados estaba insatisfecho con la calidad de atención brindada en dicho centro, siendo un 45% que indicaba en encontrarse satisfecho de los niveles de satisfacción según las dimensiones consideradas esta evaluación se obtuvo mayor satisfacción en las dimensiones de empatía y seguridad. Asimismo, Quispe y Maza (2018). Refiere que la calidad del servicio es considerada como buena por 65.1% y el 81.4% de los clientes se considera como satisfecho y muy satisfecho con los servicios de la empresa, lo mismo refiere Layme Apaza (2017), refiere que la calidad del servicio es muy buena en un 49.5% y bueno 45.5% en cuanto a la variable satisfacción del cliente un 61% manifestó estar totalmente satisfecho y 25.5% están satisfechos. La variable Calidad de atención se sustenta en (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007), Pizzo (2013) y la variable Satisfacción del cliente externo se sustenta Philip Kotler (1994).

La hipótesis planteada se contrasta al aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,988$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.

De los resultados obtenidos de la tabla 01, 02, 03, 04, 05, 07 08, 09,11 sobre las dimensiones de la variable calidad de atención como son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía se presenta con mayor índice el nivel Totalmente de acuerdo y De acuerdo, que varía entre 30% y 70%, faltando por mejorar un 30% de los aspectos antes mencionados que redundará en la satisfacción del cliente, luego de realizar la prueba de hipótesis específicas se obtiene que se rechazan las hipótesis nulas planteadas es decir cada uno de ellas existe relación significativa. Estas dimensiones están respaldadas por Álvarez (2006), Pérez, (2007), Pizzo (2013), Oliver (2005), Sánchez y Dorado (2013), Malagón, Gálan y Pontón (2006), Miranda, Chamarro, & Rubio (2012), Setó (2004), Carrasco (2017), Philip Kotler (1994), Baiza (2004), Thompson (2009). Editorial Ideas Propias, (2006)

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Se presentan las conclusiones de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteado en la investigación.

#### Primera conclusión

Se concluye existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,988$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,001$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 60% de encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio que brinda la empresa, seguido 40% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo. Por otro lado, el 40% de encuestados están Totalmente de acuerdo con la satisfacción del cliente, seguido 60% de acuerdo y 0% Indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo

#### Segunda conclusión

Se concluye existe una relación significativa entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,823$  correlación alta positiva y  $p\text{valor} = 0,003 < 0,01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 10% de encuestados están totalmente de acuerdo con los elementos tangible que cuenta la empresa, seguido 70% De acuerdo, 20% Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo.

#### Tercera conclusión

Se concluye existe una relación significativa entre fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman

se obtiene  $r= 0,908$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,000<0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 30% de encuestados están totalmente de acuerdo con el cumplimiento de servicios programados que brinda la empresa, seguido 50% De acuerdo, 20% Indeciso y 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

#### **Cuarta conclusión**

Se concluye existe una relación significativa entre capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,785$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,000<0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 40% de encuestados están totalmente de acuerdo con el personal que demuestra disposición para ayudar a los clientes, seguido 60% De acuerdo y 0% indeciso, en desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

#### **Quinta conclusión**

Se concluye existe una relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,724$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,018<0.05$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%. Asimismo, el 30% de encuestados están totalmente de acuerdo con la seguridad que brinda la empresa, seguido 70% de acuerdo y 0% Indeciso, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

#### **Sexta conclusión**

Se concluye existe una relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022. Luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,811$  correlación alta positiva y  $pvalor= 0,004<0.01$ , es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del

1%. Asimismo, el 20% de encuestados están totalmente de acuerdo con la atención individualizada que brinda la empresa, seguido 50% de acuerdo, 30% Indeciso 0% En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo

## Recomendaciones

Se presenta las recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos:

- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la variable calidad de atención, se recomienda identificar las necesidades de los clientes y satisfacer sus expectativas.
- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la dimensión elementos tangibles debe realizar mejoras, en equipos adecuados para el desarrollo de las actividades propias de la empresa, cumplir con estándares de limpieza y presentación del personal de manera adecuada.
- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto fiabilidad mejorar en algunos aspectos el cumplimiento del servicio prometido y muestre interés por el cliente que redunde en la satisfacción del cliente.
- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la dimensión capacidad de respuesta se debe capacitar al personal para que brinde una respuesta adecuada al cliente y se sienta a gusto con el servicio.
- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la dimensión seguridad, los trabajadores deben demostrar confianza, amabilidad y tener conocimiento al momento de atender al cliente.
- Se recomienda al personal que labora en el estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C de acuerdo a los resultados obtenidos respecto a la dimensión empatía mejorar la atención personalizada se preocupe por el cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adi, G. (2003). *Medición de la calidad de los servicios*. Buenos Aires, Argentina.
- Castro, F. (2010). *Servicio de calidad al usuario: la cortesía en el trabajo*. México: Trillas.
- Cronin, J, y Taylor, S. (1992). *Medición de la calidad del servicio: un reexamen y una extensión*. The Journal of Marketing, 56 (3), 55-68.
- Cruz. (2016). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la Huerta, periodo 2015*. Puno.
- Duque, E. & Chaparro, C. (2012). *Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC DUITAMA*.
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Revista de Ciencias Administrativas Sociales, 64-80.
- Font, M. (2014). Estudio: *Evaluación de la calidad de la atención de enfermería en pacientes oncológicos tratados con quimioterapia*. Se efectuó un estudio descriptivo y transversal en el Departamento de Quimioterapia ambulatoria del Hospital General Docente Dr. Juan Bruno Zayas Alfonso de Santiago de Cuba, desde julio hasta septiembre del 2013.
- Gallardo & Mori. (2016). *Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente Premium Interbank tienda principal*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.
- García, M. (2013). *Percepción y expectativas de la calidad de la atención de los servicios de salud de los usuarios del centro de salud Delicias Villa-Chorrillos en el período febrero-mayo 2013*, en la Universidad Ricardo Palma de Lima-Perú.
- GRONROOS, c. (1994). *Marketing y Gestión de Servicios de gestión de los momentos de la verdad y I COMPETENCIA EN LOS SERVICIOS*. Madrid-España: Díaz de Santos.

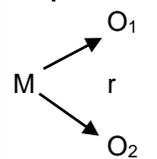
- Hernández, Fernández y Baptista. L. (2014). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos*. México (p. 243).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta. Edición. México D.F. McGraw Hill Interamericana.
- Ishikawa, K. (2006). *¿Qué es el control de la calidad total? la modalidad japonesa*. Colombia. Norma, Décima reimpresión.
- Jimenez. (2016). *Evaluación y propuesta de mejoras para la calidad de servicio a los usuarios basado en el modelo Servqual en una financiera automotriz-Lima 2016*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Ledesma, R. (2017). *Calidad del servicio percibido por los usuarios en las áreas administrativas de Essalud sede central 2017*. Lima-Perú.
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2012). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid, España: DELTA:
- Molina L, Rivera R. (2012). *Percepción del cliente interno y externo sobre la calidad de los servicios en el Hospital General de Cárdenas, Tabasco*. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.
- Muñoz, C., Fernández S. (2015). *Medición del Nivel General de Satisfacción de la Calidad de los Servicios proporcionados a los pacientes y/o usuarios por los hospitales Pymes del Estado de Puebla. Cambios e Innovación una visión estratégica para el desarrollo*. México: Universidad autónoma del Estado de Hidalgo. Doi: ISBN: 978-607-8432-38-7.
- Noriega. (2016). *Calidad de Servicio al cliente Banco BBVA Continental- sucursal Moshoqueque*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Parasuraman, A. Zeithaml, A. & Bitner. (1993). *Calidad total de la gestión de los servicios*. Madrid-España: Díaz de Santos S.A. Madrid.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L. (2012). *La fiabilidad es la habilidad para la calidad*. México: Nirvana.

- Peltroche Anchay, E. D. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa R&S Distribuidores SAC*. Trujillo.
- Pérez, F. (2017). *Marketing y Plan de Negocios de la Microempresa*. Madrid-España: Paraninfo.
- Philip, K. (2996). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*. Estado de México: Prentice Hall.
- Quispe Huayta, Oswaldo Hipólito y Maza Torres., Wilian Sergio. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C Imperial Cargo SRL*. Lima.
- Salcedo Morales, R. A. (2018). *Calidad de servicio y lealtad del cliente en la Financiera OH S.A*. Lima.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación Científica*. Lima: Visión universitaria.
- Veliz M. Villanueva R. (2013). *Calidad percibida por los usuarios externos* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Zeithaml & Bitner. (2002). *Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mc GrawHill.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

### Tesis: Calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre la calidad de atención y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	<b>Variable 1:</b>  <b>Calidad de atención</b>	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipos adecuados</li> <li>Limpieza de las instalaciones</li> <li>Presentación personal de empleados</li> </ul>	<b>Tipo de Investigación:</b> No Experimental Transversal <b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo Correlacional <b>Esquema:</b>  M → O <sub>1</sub> M → O <sub>2</sub> r
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de servicio programado</li> <li>Solución de problemas</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.		Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ayuda a los clientes</li> <li>Disposición para atender preguntas</li> </ul>	
¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	<b>Variable 2:</b>  <b>Satisfacción del cliente externo</b>	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confianza</li> <li>Amabilidad</li> <li>Conocimiento</li> </ul>	<b>Población:</b> 10 clientes <b>Muestra:</b> 10 clientes <b>Técnica:</b> La encuesta. <b>Instrumento:</b> Cuestionario de calidad de atención y satisfacción del cliente externo, del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de
¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?	Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.	Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención individualizada</li> <li>Claridad en las orientaciones brindadas</li> </ul>	
				Percepción del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapidez en la atención</li> <li>Transparencia en la información recibida</li> <li>Conocimiento del personal</li> </ul>	
				Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de horario</li> </ul>	

<p>¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?</p> <p>¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.</p>	<p>Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.</p> <p>Existe una relación significativa entre la empatía y la satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022.</p>		<p>Niveles de satisfacción</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención adecuada</li> <li>• Calidad en la atención</li> <li>• Motivación</li> <li>• Comodidad</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>	<p>Pucallpa, región Ucayali, 2022.</p>
---	---	---	--	--------------------------------	--	--

## Anexo 2: Instrumentos de aplicación

### CUESTIONARIO 1

Con el presente cuestionario se pretende obtener información respecto a la calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, agradeceré a usted marcar con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso.

#### VARIABLE 1: CALIDAD DE ATENCIÓN

ESCALA	VALOR
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Indeciso	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES	EQUIPOS ADECUADOS					
	1. ¿Se dispone de equipos adecuados para el desarrollo de las actividades en la empresa?					
	LIMPIEZA DE LAS INSTALACIONES					
	2. ¿La empresa cumple con los estándares de limpieza?					
	PRESENTACIÓN PERSONAL DE EMPLEADOS					
FIABILIDAD	3. ¿La presentación del personal es adecuada?					
	CUMPLIMIENTO DE SERVICIO PROGRAMADO					
	4. ¿Se realiza el servicio a tiempo?					
	SOLUCIÓN DE PROBLEMAS					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	5. ¿Existe en el personal de la empresa interés por solucionar los problemas?					
	AYUDA A LOS CLIENTES					
	6. ¿El personal demuestra disposición para ayudar a los clientes?					
	DISPOSICIÓN PARA ATENDER PREGUNTAS					
SEGURIDAD	7. ¿El personal da respuesta a las preguntas de los clientes de manera efectiva?					
	CONFIANZA					
	8. ¿El personal brinda confianza a los clientes?					
	AMABILIDAD					
	9. ¿El personal demuestra amabilidad al momento de atender a los clientes?					
	CONOCIMIENTO					
10. ¿El personal demuestra tener conocimientos suficientes al momento de brindar sus servicios?						

EMPATIA	ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA					
	11. ¿Existe por parte de la empresa una atención individualizada hacia sus clientes?					
	CLARIDAD EN LAS ORIENTACIONES BRINDADAS					
	12. ¿El personal comprende claramente las necesidades de los clientes al brindar sus servicios?					

Fuente: Adaptado de Reyes y Villacorta (2020)

## Anexo 2: Instrumentos de aplicación

### CUESTIONARIO 2

Con el presente cuestionario se pretende obtener información respecto a la calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022, agradeceré a usted marcar con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso.

#### VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

ESCALA	VALOR
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Indeciso	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
PERCEPCIÓN DEL SERVICIO	RAPIDEZ EN LA ATENCIÓN					
	1. ¿Considera oportuno la rapidez en la atención recibida?					
	TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN RECIBIDA					
	2. ¿La información recibida fue clara y entendible?					
	CONOCIMIENTO DEL PERSONAL					
EXPECTATIVAS	3. ¿El personal de la empresa demuestra conocimiento sobre el servicio brindado?					
	CUMPLIMIENTO DE HORARIO					
	4. ¿El personal es responsable y cumple con su horario de trabajo?					
	ATENCIÓN ADECUADA					
	5. ¿El personal de la empresa realiza una atención adecuada?					
	CALIDAD EN LA ATENCIÓN					
NIVELES DE SATISFACCIÓN	6. ¿Considera usted que el servicio recibido fue de calidad?					
	MOTIVACIÓN					
	7. ¿Usted se siente motivado por la atención recibida?					
	COMODIDAD					
	8. ¿Se siente cómodo cuando le atiende el personal de la empresa?					
SATISFACCIÓN						
9. ¿Usted se sintió satisfecho con la atención brindada por el personal de la empresa?						

Fuente: Adaptado de Reyes y Villacorta (2020)









Anexo 03: Matriz de validación

Título: Calidad de atención y satisfacción del cliente externo del estudio R.P.L. Consultores y Asociados S.A.C. de la ciudad de Pucallpa, región Ucayali, 2022

Autor: Gitzon Nambier Carhuasairo Jiméñez

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta				Criterio de evaluación								Observación y/o recomendación	
				Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Índice	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre ítems y la opción de respuesta				
									SI	No	SI	No	SI	No			
Calidad de atención	Elementos tangibles	Equipos adecuados	¿Se dispone de equipos adecuados para el desarrollo de las actividades en la empresa?						X				X				
		Limpeza de las instalaciones	¿La empresa cumple con los estándares de limpieza?						X					X			
		Presentación personal de empleados	¿La presentación del personal es adecuada?						X					X			
	Fiabilidad	Cumplimiento de servicio programado	¿Se realiza el servicio a tiempo?							X				X			
		Solución de problemas	¿Existe en el personal de la empresa interés por solucionar los problemas?						X					X			
	Capacidad de respuesta	Ayuda a los clientes	¿El personal demuestra disposición para ayudar a los clientes?						X					X			
		Disposición para atender preguntas	¿El personal da respuesta a las preguntas de los clientes de manera efectiva?						X					X			
	Seguridad	Confianza	¿El personal brinda confianza a los clientes?						X					X			
		Amabilidad	¿El personal demuestra amabilidad al momento de atender a los clientes?						X					X			
	Empatía	Conocimiento	¿El personal demuestra tener conocimientos suficientes al momento de brindar sus servicios?						X					X			
Atención individualizada		¿Existe por parte de la empresa una atención individualizada hacia sus clientes?						X					X				



## Anexo 4

### CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Variable: Calidad de atención

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,717	12

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,717 por ende, el instrumento es confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 27 de junio del 2022



.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE ATENCIÓN

N	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9	ITEMS10	ITEMS11	ITEMS12
1	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4
2	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	3	5
3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
7	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2
8	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
9	5	4	3	4	3	3	5	5	3	5	4	2
10	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa SPSSV22. Escala:  
Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Indeciso: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5

## CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Variable: Satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,870	09

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,870 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 27 de junio del 2022



.....  
**Validador**  
**Dr. Percy Orlando Rojas Medina**

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

N	ITEMS1	ITEMS2	ITEMS3	ITEMS4	ITEMS5	ITEMS6	ITEMS7	ITEMS8	ITEMS9
1	4	4	3	5	5	3	5	5	3
2	4	3	5	5	4	3	4	4	3
3	3	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	3	4	4	4	4	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	4
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5
7	3	3	4	3	4	3	4	3	4
8	5	4	5	5	5	4	3	4	5
9	4	3	4	4	3	4	4	3	3
10	4	5	5	5	5	5	5	4	5

Fuente: Información obtenida de la aplicación de la encuesta Procesado con el programa SPSSV22. Escala: Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Indeciso: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5

## Anexo 5: Fotos

