

**UPP**  
Universidad Privada de Pucallpa

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVA.  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**TESIS:**

**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la  
empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta  
E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región  
Ucayali, 2020**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**AUTORES:**

**Bach. Utia Pinedo, Rut Noemí  
Bach. Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito**

**ASESOR:**

**Mg. Quelvin Toledo Espinoza Carbajal**

**LINEA DE INVESTIGACION:**

**Gestión y desarrollo organizacional**

**Sub línea:**

**Administración de la calidad total**

**UCAYALI - PERU  
2020**

## **JURADO EVALUADOR**

---

Dr. Jaime Augusto Rojas Elescano  
**Presidente**

---

Mg. Jessica Del Pilar Meléndez Navarro  
**Secretaria**

---

Mg. Cesar Dolores Aliaga Rojas  
**Vocal**

---

**Mg. Quelvin Toledo Espinoza Carbajal**  
**Asesor**

## **DEDICATORIA**

Dedico a mis padres Víctor y Sonia, que día a día me impulsaron y me ayudaron a seguir adelante. A mi hijita Luz Ghabriela quien es mi mayor motivación para formarme como profesional.

**Rut**

Dedico a mis padres Katy y Javier por haberme formado como la persona que soy y a mi esposo Jeff Landauro por su apoyo incondicional en estos momentos difíciles y motivar que logre mi carrera profesional para que la vida nos depare un futuro mejor.

**Grecia.**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios, por permitirnos llegar a lograr uno de nuestros sueños.

También agradecemos a nuestros profesores a quienes les debemos gran parte de sus conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a la Universidad Privada de Pucallpa, por brindarnos la oportunidad de formarnos como profesionales y aportar en la región de Ucayali.

Al gerente de la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L por brindar la oportunidad de realizar el trabajo de investigación.

**Grecia y Rut**

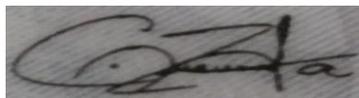
## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Grecia Cielito Zumaeta Arriaga con DNI N° 72904709 y Rut Noemí Utia Pinedo con DNI N° 47911713, egresada de la Escuela Profesional Administración de Negocios de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa con la Tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020” declaro bajo juramento que:

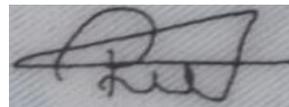
1. La Tesis es de mi autoría.
2. He respetado las Normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener 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 la falta de fraude, plagio, auto plagio, piratería o falsificación, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Pucallpa.

Pucallpa, 07 de Noviembre del 2020



.....  
Bach. Grecia Cielito Zumaeta Arriaga  
DNI N° 72904709



.....  
Bach. Rut Noemí Utia Pinedo  
DNI N°47911713



## COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS CONTABLES

### Constancia de Originalidad de trabajos de Investigación

Pucallpa, 21 de diciembre del 2020

Yo, JAIME AUGUSTO ROJAS ELESCANO, informo a la decanatura y a quien corresponda que se presentó a mi despacho la tesis titulada: “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA MADERERA EXTRACCION AMAZONICA NASRVASTA E.I.R.L. EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO REGION UCAYALI, 2020” perteneciente a los bachilleres, RUT NOEMI UTIA PINEDO y GRECIA CIELITO ZUMAETA ARRIAGA.

Habiendo realizado la verificación de coincidencia con el Software Anti plagio PlagScan, los resultados de similitud fueron de: 20.7 %. 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 al egresado a continuar con el trámite administrativo correspondiente.

Es todo por informar a su despacho señora Decana.

---

Jaime Augusto Rojas Elescano  
Coordinadora de Investigación de la FCC y A- D

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue establecer la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L. en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020, el diseño fue de investigación no experimental, transeccional y nivel correlacional, la población fue de 160 usuarios de las cuales se obtiene una muestra de 92 usuarios a través del muestreo aleatorio simple, la técnica utilizada fue encuesta y se aplicó el instrumento cuestionario consistente de 20 ítems y 05 dimensiones de la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente con 12 ítems y 03 dimensiones. Los resultados obtenidos del 100% encuestados, el 63,04% refieren que la empresa SI brinda servicio de calidad y 36,96% nivel No y respecto a la siguiente variable se obtiene el 53,26% de encuestados refieren que SI están satisfecho con el servicio que brinda la empresa y 46,74% nivel No. Luego aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,929$  correlación positiva muy alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

**Palabra clave:** Calidad de servicio y satisfacción del cliente

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to establish the relationship between quality of service and customer satisfaction in the timber company Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L. In the province of Coronel Portillo, Ucayali region, 2020, the design was non-experimental, transectional and correlational research, the population was 160 users from which a sample of 92 users is obtained through simple random sampling, the technique used It was a survey and a questionnaire instrument consisting of 20 items and 05 dimensions of the quality of service variable and the customer satisfaction variable with 12 items and 03 dimensions was applied. The results obtained from 100% surveyed, 63.04% refer that the company YES provides quality service and 36.96% level No and with respect to the following variable, 53.26% of respondents say that they are satisfied with the service provided by the company and 46.74% level No. After applying the Spearman statistical test,  $r = 0.929$  very high positive correlation is obtained and  $p\text{-value} = 0.00 < 0.01$ , that is, it is significant, the null hypothesis is rejected with a significance level of 1%, it is concluded that there is a significant relationship between quality of service and customer satisfaction in the timber company Extracción Amazónica Narvasta EIRL in the province of Coronel Portillo, Ucayali Region, 2020.

**Keyword: Quality of service and customer satisfaction**

## ÍNDICE

	Pág.
Jurados evaluador.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Constancia de originalidad.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice.....	ix
Introducción.....	xiv
<b>CAPITULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.2 Formulación del problema.....	17
1.2.1. Problema General.....	17
1.2.2. Problema específico.....	17
1.3 Formulación del objetivo.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivo específicos.....	18
1.4 Justificación de la investigación.....	19
1.5 Delimitaciones del estudio.....	19
1.6 Viabilidad del estudio.....	20
<b>CAPITULO II. MARCO TEORICO</b>	
2.1 Antecedentes del problema.....	21
2.2 Bases teóricas.....	24
2.3 Definición de términos básicos.....	34
2.4 Formulación de hipótesis.....	35
2.4.1 Hipótesis general.....	35
2.4.2 Hipótesis específicas.....	36
2.5 Variables.....	37

2.5.1. Definición conceptual de la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	37
2.5.2. Definición operacional de la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	38
2.5.3. Operacionalización de la variable.....	38
<b>CAPITULO III. METODOLOGIA</b>	
3.1 Diseño de la investigación.....	41
3.2 Población y muestra.....	41
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.4 Validez y confiabilidad del instrumento.....	43
3.5 Técnicas para el procesamiento de la información.....	44
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	
4.1 Presentación de resultados.....	45
4.2 Discusión.....	61
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>63</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS</b>	
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	72
Anexo 2: Instrumento de Investigación.....	74
Anexo 3: Operacionalización de variables.....	78
Anexo 4: Validación de instrumentos de investigación.....	80
Anexo 5: Confiabilidad del instrumento de investigación.....	92
Anexo 6: Evidencias.....	98

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°01	Dimensión: Elementos tangibles en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	45
Tabla N°02	Dimensión: Fiabilidad en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	46
Tabla N°03	Dimensión: Capacidad de respuesta en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	47
Tabla N°04	Dimensión: Seguridad en la empresa en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	48
Tabla N°05	Dimensión: Empatía en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020 .....	49
Tabla N°06	Variable Calidad de servicio en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	50
Tabla N°07	Dimensión: Rendimiento percibido en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	51
Tabla N°08	Dimensión: Expectativa del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020.....	52
Tabla N°09	Dimensión: Nivel de satisfacción en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.....	53
Tabla N°10	Variable: Satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020	

		54
Tabla N°11	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	55
TABLA N°12	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente .....	56
TABLA N°13	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente.....	57
TABLA N°14	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente .....	58
TABLA N°15	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente.....	59
TABLA N°16	Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente.....	60

## INDICE DE FIGURAS

		<b>Pág.</b>
Figura N° 01	Modelo SERVQUAL.....	28
Figura N° 02	Dimensión: Elemento tangibles.....	45
Figura N° 03	Dimensión: Fiabilidad.....	46
Figura N° 04	Dimensión: Capacidad de respuesta.....	47
Figura N° 05	Dimensión: Seguridad.....	48
Figura N° 06	Dimensión: Empatía.....	49
Figura N° 07	Variable: Calidad de servicio.....	50
Figura N° 08	Dimensión: Rendimiento percibido.....	51
Figura N° 09	Dimensión: Expectativa del cliente.....	52
Figura N° 10	Dimensión: Nivel de satisfacción.....	53
Figura N° 11	Variable: Satisfacción del cliente.....	54

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación titulado: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, tiene relevancia porque en la actualidad las empresas buscan brindar servicio de calidad, pero esta variable redondea muchos aspectos como elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía que va redundar en la satisfacción o insatisfacción del cliente. Como refiere Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), refiere que, para lograr un alto nivel de calidad de servicio, se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio, es decir el cliente debe quedar satisfecho con el servicio o atención brindado, de esta manera, no dude en regresar para contribuir la atención de la empresa.

La empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L está inmerso a nuestra realidad, debido a que se encuentra en nuestra zona donde se extrae cantidad de madera, pero existe algunas falencias por mejorar como en la atención al cliente, ser empáticos, brindar la seguridad al realizar transacciones comerciales, capacidad de respuesta al cliente.

El trabajo de investigación se estructuró de la siguiente manera:

CAPITULO I Comprende: Planteamiento del problema donde se expuso las falencias que presenta la empresa, seguido del objetivo determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, la justificación de la investigación responde el ¿Por qué? y ¿Para qué? investigar, delimitación de estudio de un punto de vista temporal, geográfico, conceptual, y viabilidad de estudio.

CAPITULO II Marco teórico comprende: Antecedentes de estudio relacionado a la variable de estudio, las principales bases teórica que sirve de respaldo a las variables de estudio, definiciones de términos que se utilizan en el

estudio seguido de formulación de las hipótesis de estudio que son respuestas tentativas a la pregunta de investigación, definiciones conceptuales y operacional de las variables de estudio y se realiza la operacionalización de la variable.

CAPITULO III Metodología comprende: Diseño de la investigación relacionado al nivel, tipo método de investigación, la población de estudio y muestra extraída de la población, la forma como se va a recoger información es decir la técnica y el instrumento de recojo de información, validez y confiabilidad del instrumento que debe pasar todo instrumento de recojo de información y la técnica de procesamiento de la información.

CAPITULO IV Resultados y Discusión que comprende el procesamiento de los resultados y presentados en tabla y figuras y prueba de hipótesis y en la discusión se realizó la triangulación entre los resultados, teorías y antecedentes.

Finalmente la tesis se culminó con las conclusiones y recomendaciones, que se obtuvo de la contrastación de las hipótesis y resultados, las recomendaciones se establecieron de acuerdo a los objetivos planteados y resultados obtenidos del trabajo de investigación, Asimismo se consideró las referencias bibliográficas y anexos.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del problema

Hoy en día la actividad comercial internacional debe ser entendida y gestionada con una nueva forma de pensar originado de la constante adaptación al cambio de aspectos que influyen en el proceso y aplicación en la toma de decisiones. Las empresas se esfuerzan por cuidar dos aspectos importantes como es calidad de servicio y satisfacción, este factor dependerá de la sostenibilidad y posicionamiento de la empresa en determinada región, el cliente es quien decide si el servicio es de calidad o no partiendo de sus expectativas y el grado de cumplimiento de satisfacción del producto que recibe. Es por ello, calidad de servicio; se ha convertido en una necesidad impostergable para la gran mayoría de empresas

En el ámbito nacional como refiere Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), "Que, para lograr un alto nivel de calidad de servicio, se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio". (p.419). Es decir que la empresa debe prestar el servicio pensando en el cliente que se siente satisfecho reciba más de lo que esperaba

La empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L establecido en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali brinda los servicio de venta de madera para el consumo interno de diferentes departamentos de nuestro país. La calidad de servicio y satisfacción son dos aspectos

relevantes para la empresa, donde se ha detectado poca práctica de desempeño de colaboradores, falta prestación de servicio de calidad, no brindar el servicio con eficiencia, no son empático, poca capacidad de respuestas, es decir los factores mencionados redundan en la satisfacción del cliente.

Frente a esta problemática descrita se plantea ¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

¿Cuál es la relación entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

¿Cuál es la relación entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

¿Cuál es la relación entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?

### **1.3 Formulación de Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Establecer la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

Determinar la relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

Determinar la relación entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Determinar la relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Determinar la relación entre seguridad de calidad de servicio y

satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Determinar la relación entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

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

La presente investigación nos motivó a conocer la calidad de servicio que presta la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L que se refleja en la satisfacción o insatisfacción del cliente, desde esa realidad plantearemos algunas recomendaciones para el buen servicio de la empresa maderera en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020. El trabajo de investigación se justificó por los siguientes aspectos: Se justificó en lo teórico porque contribuyó a llenar un vacío teórico en la investigación; es decir existen vacíos de conocimientos; mediante nuestra investigación contribuiremos a enriquecer o refutar a las teorías que ya existen, en lo social permitió identificar la problemática relacionada calidad de servicio y satisfacción en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L que además plantearemos alternativa de solución, quienes se beneficiaron con este trabajo de investigación fueron directamente la empresa maderera y clientes que asistieron a realizar transacción económica. En lo metodológico se justificó, porque nos permitió elaborar o actualizar nuevos instrumentos para futuras investigaciones, en lo práctico se justificó porque el trabajo de investigación aportó cómo la empresa brindará la atención al usuario, en que está fallando y corregir de manera oportuno para obtener rentabilidad, asimismo conoció si el producto que vende la empresa tiene impacto en el usuario es decir se sienta satisfecho.

#### **1.5 Delimitación del estudio**

El trabajo de investigación se delimitó de la siguiente manera: En lo

espacial la investigación se realizó en Jr.9 de diciembre N° 813 de la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, en lo temporal la investigación se realizó entre los meses de mayo y Agosto del 2020, en lo Teórico esta investigación se consideró como estudio de variables calidad de servicio y satisfacción del cliente considerando sus dimensiones a cada variable de estudio. En la delimitación social, el estudio se realizó con la participación de los clientes que acudieron a realizar transacción económica en la empresa, el personal que labora en la empresa ubicada en Jr.9 de diciembre N° 813.

#### **1.6. Viabilidad del estudio**

Nuestro trabajo de investigación es viable porque disponemos de tiempo y de información para la ejecución, en lo técnico se consideró todos los elementos necesarios de acuerdo a lo establecido por la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Privada de Pucallpa, en lo ambiental no generó impacto ambiental negativo en ninguno de los componentes del ecosistema en lo financiero fue financiado en su totalidad por las tesisistas Utia Pinedo, Rut Noemi y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito, fue posible realizarlo porque no requirió de gran inversión económica, de mucho tiempo para realizarlo, facilidad de acceso a la información en la recolección de datos y existe literatura relacionado a las variables y en lo social se logró constituir un equipo de trabajo debidamente implementado tanto a nivel teórico como metodológico, para que su colaboración sea la más pertinente y eficiente posible.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes del problema:**

##### **2.1.1 Antecedente Internacional**

López (2018), realizó la investigación titulada: *“Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy de la ciudad de Guayaquil”*. Para obtener el grado académico de Magister en Administración de empresas, El autor concluyó:

Se comprueba que existe relación significativa positiva entre calidad de servicio y satisfacción al cliente esto significa que si aumenta la calidad de servicio va a aumentar la satisfacción al cliente.

Se encontró clientes satisfecho con las instalaciones, la comida, equipos y la confiabilidad del personal como también cliente insatisfecho respecto al personal de servicio no brinda un trato personalizado, falta capacitación y el restaurante cuenta con poco personal o empleados.

Rivera (2019), realizó la investigación titulada: *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón ALAUSI”*. Para obtener el título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera. El autor concluyó:

La calidad de servicio tiene relación con la satisfacción al cliente, luego de aplicar la prueba estadística de Spearman obteniendo como resultados 0,536 correlación positiva moderada.

Asimismo, la percepción, expectativas tiene relación con la satisfacción al cliente, teniendo en cuenta que los establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Alausi no cuenta con un modelo de calidad para establecimiento de alimentación.

### **2.1.2 Antecedente Nacional**

Molina (2019), en su tesis titulada *“Calidad de servicio y percepción y satisfacción del cliente en el condominio jardines de la Católica, Lima 2019”*. Para obtener el grado académico de Maestro en Administración y Dirección de empresas. El autor concluyó en lo siguiente:

La satisfacción del cliente se relaciona de manera significativa con la calidad de servicio de los habitantes del Condominios Jardines de la Católica. Obteniendo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,796 positiva alta y el pvalor = 0.000 < 0.01.

Asimismo, en las dimensiones de Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad se relaciona con la variable satisfacción del cliente de manera significativa en todas ellas.

Alvares y Rivera (2019), el título de su investigación fue *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018”*. Para optar el título profesional Licenciado en Administración, Banca y Finanzas, en su trabajo de investigación arribó a la siguiente conclusión:

La satisfacción del cliente se relaciona de manera significativa con la calidad de servicio de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018. Obteniendo correlación moderada positiva y el nivel de significancia es menor que 0.05 la cual se rechaza la hipótesis nula.

Asimismo, en las dimensiones de Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad se relaciona con la variable satisfacción del cliente de manera significativa en todas ellas y relación moderada positiva en todas ellas.

Canzio (2019), realizó la investigación titulada *“Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este, 2018*. Para optar el título profesional Licenciado en Administración. El autor realizó las siguientes conclusiones:

La calidad de servicio tiene relación significativa con la satisfacción de los usuarios externos de los hospitales de la DIRIS Lima Este, asimismo se comprobó que existe alta correlación en ambas variables de estudio.

Asimismo, las dimensiones de calidad de servicio como fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles tiene relación con la satisfacción de los usuarios de emergencia de hospitales públicos de Lima Este, 2018

### **2.1.3 Antecedente Local**

Rodríguez (2017), realizó la investigación *“Influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017”*, para optar el título Licenciado en Administración de Negocios. Universidad Privada de Pucallpa, tuvo las siguientes conclusiones: El servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017. Asimismo, los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad influye significativamente en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017.

Rengifo (2017), en su trabajo de investigación: *“Calidad de servicio y fidelización del cliente en Mi banco, Pucallpa, 2017”*. Para obtener el título profesional Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Universidad Alas Peruanas – Pucallpa. Se arribó a las siguientes conclusiones: Existe relación significativa entre Calidad de servicio y fidelización del cliente en Mi banco, con la “r” de Pearson de 0,407 considerando como correlación positiva débil y que el nivel de significancia tuvo un valor:  $P=0.001 < 0,01$ , el coeficiente fue significativo en el nivel de 0.001 (99,9% de confianza en que la correlación sea verdadera y 0.1% de probabilidad de error.

## **2.2 Bases teóricas**

Se consideró algunos referentes teóricos que definió las variables de estudio y teorías o enfoque que fundamente.

### **2.2.1 Definición de la variable Calidad de servicio**

Según Deming (1989), calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. Lo confirma Juran (1990), la calidad consiste en aquellas características del producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.

Asimismo, Crosby (1988), hace referencia que calidad es conformidad con los requerimientos, es decir los requerimientos deben estar bien establecidos y las mediciones deben realizarse continuamente para cumplir con el requerimiento del cliente.

Finalmente, la calidad observada se valora en el marco de una comparación, respecto a la superioridad de los bienes o servicio que el cliente ve como reemplazarlo.

## **Calidad de servicio**

Se presenta algunas definiciones:

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), refiere que para lograr un alto nivel de calidad de servicio, se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.

Gronroos (1984), afirma que la calidad de servicio está centrada en el cliente y su opinión será la medida de la calidad de servicio, ya que este determinara si el servicio recibido ha sido mejor o peor de lo esperado

Ishikawa (1986), define como la calidad de trabajo, información, proceso, gente, sistema, compañía y calidad de objetivos.

Zeithaml (1988), citado por Duque E. y Diosa, Y. (2014), se refiere a la calidad percibida como un juicio del cliente sobre la excelencia y superioridad del producto esperado.

Betancourt y Mayo (2010), asume que la calidad de servicio depende de la comparación de lo esperado con lo recibido.

Carrasco (2009), Calidad de servicio lo define como la sensación de placer de satisfacción de las necesidades del cliente; al ser satisfecho con lo que desea estará desarrollando el estado de bienestar del cliente.

Hoffman y Bateson (2011), refiere que la calidad de servicio se compara las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio.

Kotler y Armstrong (2004), manifiesta si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. Es

decir si los resultados son inferiores a las expectativas del cliente queda insatisfecho.

Carrasco (2009), son niveles de cumplimiento de requisitos de los servicios y productos que el cliente o consumidor hace preferencia.

Stanton Etzael y Walker (2007, p.6), señala que los proveedores de servicio para que se diferencie de sus competidores. El primero es “La calidad lo define el cliente, no el proveedor – vendedor” y el segundo es “Los clientes evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa este”

Los referentes teóricos antes mencionados señala que la calidad de servicios no es la percepción de quien lo produce sino quien lo consume es decir el cliente va emitir un juicio de satisfacción o insatisfacción.

### **2.2.2. Perspectivas de la calidad de servicio**

De acuerdo a Lovelock, y Wirtz (2009), hace referencia a la calidad de servicio explican que el personal de una empresa necesita conocimientos comunes para ser capaz de abordar aspectos como la medición de la calidad de servicio, la identificación de las causas de la disminución de la calidad de servicio y diseño e implementación y acciones correctivas. Se identifican cinco perspectivas sobre calidad de servicio:

- **La Perspectiva trascendental:** se refiere que la gente aprende a reconocer la calidad únicamente por medio de la experiencia que obtiene a través de la exposición repetida.
- **El método basado en el producto,** esta perspectiva es totalmente objetiva, no toma en cuenta las diferencias en gustos, necesidades y preferencia de clientes individuales.

- **Las definiciones basadas en el usuario:** se refiere que los distintos clientes tienen deseos y necesidades diferentes.
- **El método basado en la manufactura:** se enfoca en el cumplimiento de especificaciones desarrolladas internamente, las cuales a menudo son impulsadas por metas de productividad y costos.

**Las definiciones basadas en el valor:** se refiere al considerar el intercambio entre el desempeño y el precio.

### 2.2.3. Enfoque de Calidad de servicio: Escuela Americana

El modelo de la escuela americana indica la diferencia del nivel de servicio esperado y la percepción que tiene el cliente sobre el nivel de servicio que ha recibido. Este modelo fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), partiendo de un modelo de calidad de servicio y ampliado posteriormente, se basa en el modelo de desajuste de la calidad de servicio. Realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco:

- **Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupan los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).
- **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Responsabilidad:** Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
- **Capacidad de respuesta.** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarle un servicio rápido.
- **Tangibilidad.** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

A través de procedimientos estadísticos, agrupan variables y permiten generalizar de mejor forma el modelo logrando mayor representatividad.

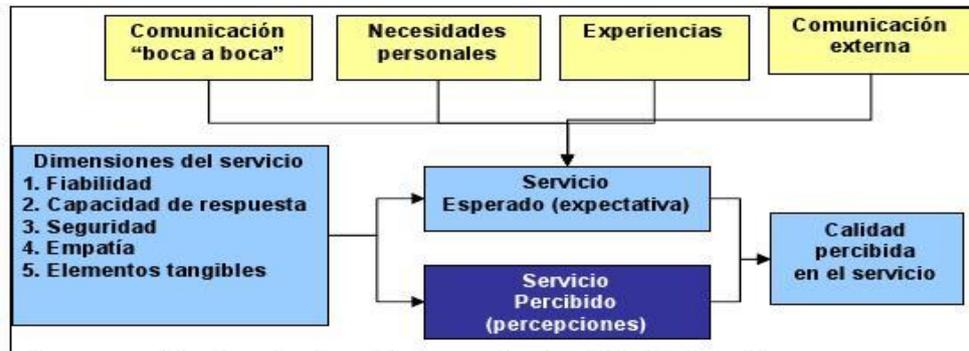


Figura N° 01 Modelo SERVQUAL

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, p.26)

En consecuencia para evaluar la calidad se tomó en cuenta diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido.

#### 2.2.4. Teoría de Deming

Parra (1997), afirma que su técnica consiste en planear, hacer, verificar y mejorar que es un ciclo de mejora continua que es aplicable a todo modelo de calidad total en el servicio al cliente.

Deming (1989), refiere que se componen en cuatro partes:

- Planear: Consiste en definir los objetivos, establecer estrategias, los tiempos, costos, recursos necesario y responsable.
- Hacer: Consiste en ejecutar un plan que fue establecido, es decir realizar todas las acciones para lograr los objetivos institucionales.
- Verificar: Consiste en recabar información y evaluar el resultado de acuerdo a los parámetros establecidos como satisfactorios.
- Mejorar: Si el resultado fue no satisfactorio se debe mejorar las

etapas del plan ejecutado. Si el resultado fue satisfactorio se debe tomar medida a fin que se establezca estándares de proceso para mantener calidad alcanzada.

### 2.2.5. Dimensiones de calidad de servicio

Se consideró como dimensiones de calidad de servicio lo que señala Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1993)

- **Elementos Tangibles**, se refiere a las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación.

Como lo señala Zeithman y Bitner (2002, p.103), Son las instalaciones físicas, equipos, personal que labora en la organización, materiales de comunicación que los clientes utilizan para luego ser evaluado”. Es decir todo lo que percibe el usuario y lo pueda utilizar para mejor comodidad precisión y rapidez en el servicio. **Los indicadores son:** Equipos de cómputos, instalaciones físicas, presentación del personal, materiales atractivos.

- **Fiabilidad**, se refiere habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

Farfán (2007, p.11), precisa que “La fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la competitividad de una industria hasta el final de producción”. **Los indicadores son:** Tiempo, muestra de interés, horario establecido, servicio que esperaba

En consecuencia es encontrar las dificultades menguar errores con la finalidad de evitar riesgos en varios aspectos efectuando el servicio prometido de forma fiable.

- **Capacidad de respuestas**, se refiere disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlo de un servicio rápido. Como lo señala Zeithman y Bitner (2002, p.103), “Es la disponibilidad de ayudar al cliente para proveerle del servicio”. **Los indicadores son:** Atiende con rapidez, ayuda al cliente, momento oportuno, comunicación a los clientes.
- **Seguridad**, se refiere a la inexistencia de peligros, riesgos o dudas. Para Castillo (2005, p. 12), refiere que “Seguridad es como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y capacidad de transmitir confianza”

La seguridad es un conjunto de cualidades, habilidades y aptitud del conocimiento que todo integrante de la empresa lo debe practicar para brindar información sobre el servicio que ofrece, como también debe transmitir confianza al as personas para que puedan expresar sus necesidades. **Los indicadores son:** Transmite confianza, conocimiento suficiente, Extintores de seguridad, cámara de seguridad.

- **Empatía**, se refiere muestra de interés y nivel atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

Para **Feshback (1984, p.67)** define empatía como “Una experiencia adquirida a partir de las emociones de los demás a través de las perspectivas tomadas de estos y de la simpatía”.

Es decir la empatía consiste en ponerse en el lugar de la otra persona comprendiendo sus necesidades que permita las relaciones interpersonales. **Los indicadores son:** Atención personalizada horario conveniente, interés por el cliente, Comprende necesidades específicas

### **2.2.6. Definición de la variable Satisfacción del Cliente**

Veamos en primer lugar lo que es satisfacción, según:

Greiner, Zeithaml, y Bitner (2009), es un juicio de una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo.

Ahora veamos lo que es Cliente, Según Prats. (2005), se presenta en aquellas empresas intermediarios, es decir que el cliente no es el cliente final porque no hay contacto directo con el usuario del producto.

Para Díaz (2016), la satisfacción del cliente es el estado de ánimo de un cliente, se compara con el rendimiento percibido del producto o servicio y sus perspectivas. Asimismo Kotler y Armstrong (2013), refiere si el desempeño es igual a las expectativas del cliente entonces estar satisfecho y si el desempeño es superior a las expectativas del cliente entonces estará muy satisfecho o encantado.

### **2.2.7. Mejora del nivel de satisfacción del cliente**

Kotler (2003), sostiene que existe cuatro factores importantes que las empresas deben supervisar son:

- Aspectos fundamentales del producto o servicio que el comprador espera de todos los competidores.
- Servicio esenciales de apoyo como la asistencia al cliente
- Un procedimiento de reparación en caso se produzca una mala práctica.
- La naturaleza del producto.

Estos aspectos antes mencionados son relevantes en el trabajo de investigación porque la empresa maderera Extracción Amazónica busca brindar servicio de calidad para posicionarse en el mercado de manera el cliente se sienta satisfecho con el servicio prestado, para ello presta el apoyo en la asistencia al cliente, en la

reparación del producto es decir que cumpla las expectativas del cliente.

## **2.2.8. Teoría de satisfacción del cliente**

### **2.2.7.1. Teoría de Kano**

Esta teoría de Kano (1966) se considerará para respaldar a la variable satisfacción del cliente.

Kano (1996), es una herramienta que se utiliza para priorizar las necesidades del cliente y determinar que atributos le aportan mayor satisfacción. Clasifico las necesidades del cliente en cuatro categorías:

- **Calidad esperada**, son características o prestaciones imprescindibles en un producto o servicio. Características decisivas para que un cliente siga interesado en repetir la compra
- **Calidad deseada**, se refiere a cualidades que tiene el poder de aumentar o disminuir la satisfacción del usuario en función de su grado de cumplimiento.
- **Calidad Motivante**, son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar. Atributos que le sorprenden gratamente porque no los ha pedido de forma expresa y sin embargo están ahí.
- **Calidad indiferente**, son atributos que no se consideran ni buenos ni malos que por tanto no afecta a la satisfacción o insatisfacción del cliente

## **2.2.9. Dimensiones de satisfacción del cliente**

Se consideró las siguientes dimensiones:

### **2.2.9.1. Rendimiento percibido**

Sevilla (2016), describe el desempeño como algo relacionado a la entrega de valor que estima haber obtenido el cliente luego de adquirir un producto o

servicio. Asimismo, Gonzales (2015), afirma que las características del rendimiento percibido son las siguientes:

- Es evaluada desde la perspectiva del cliente y no de la empresa.
- Son los resultados que el cliente tiene con el producto o servicio.
- Se basa en el estado de ánimo del cliente y su razonamiento.

**Los indicadores son:** El trato del empleado, el personal que labora se identifica, ambiente físico, confianza con la empresa.

#### **2.2.9.2. Expectativas del cliente**

Para Zeithaml y Bitner (2002), citados por Caldera, E. Pirela y Ortega (2011), las expectativas del cliente son creencias que se enlazan con la prestación del servicio, las cuales funcionan como patrón o puntos de mediación contra lo que se juzga como desempeño.

Para Castillo, Díaz, Martínez, Sánchez, & Valencia (2012), refieren que las expectativas son esperanzas que ellos tienen por conseguir algo y que se producen por las promesas que hace la empresa sobre beneficios del producto y servicio.

Las referentes teóricas antes mencionadas coinciden que todo cliente tiene expectativas del producto que consume o que la empresa ha prometido en el servicio, al final todo cliente es quien evalúa el producto si cumple o no sus expectativas.

**Los indicadores son:** Necesidades del cliente, respeta el tiempo de trabajo, interés en

solucionar que presenta el cliente, expectativa del cliente.

### 2.2.9.3. Niveles de satisfacción

El cliente experimenta tres niveles de satisfacción lo refiere Caldera, Pirela y Ortega (2011).

- Insatisfacción: el desempeño observado en el producto no llega a las expectativas del cliente.
- Satisfacción: refieren que el desempeño percibido en el producto se relaciona con las expectativas del cliente es por ello se mantiene fiel.
- Complacencia: afirma que el desempeño percibido sobrepasa a las expectativas del cliente.

**Los indicadores son:** El servicio que se paga se justifica, horario de trabajo, brindar servicios e instalaciones físicas de la empresa.

## 2.3 Definición de términos básicos

- **Calidad esperada:** Son características o prestaciones imprescindibles en un producto o servicio. (Kano, 1996).
- **Satisfacción:** es un juicio de una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo. (Gremier, et al.2009).
- **Satisfacción del cliente:** Es el estado de ánimo de un cliente, se compara con el rendimiento percibido del producto o servicio y sus perspectivas. (Díaz, 2016).
- **Fiabilidad:** Se refiere habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. (Zeithaml, et al. 1993)

- **Calidad de servicio:** Se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. (Parasuraman, et al. 1985).
  - **Tangibilidad:** Se refiere a instalaciones físicas, equipos, de comunicación (Parasuraman, et al. 1988)
- Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. (Parasuraman, et al. 1988)
- **Calidad Motivante,** son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar. (Kano 1996)
  - **Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupan los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario. (Parasuraman, et al.1988).
  - **Calidad deseada,** se refiere a cualidades que tiene el poder de aumentar o disminuir la satisfacción del usuario en función de su grado de cumplimiento.( Kano,1996)
  - **Rendimiento percibido:** Describe el desempeño como algo relacionado a la entrega de valor que estima haber obtenido el cliente luego de adquirir un producto o servicio. (Sevilla, 2016).
  - **Expectativas del cliente:** Son creencias que se enlazan con la prestación del servicio, las cuales funcionan como patrón o puntos de mediación contra lo que se juzga como desempeño. Para (Zeithaml y Bitner, citado por Caldera Pirela y Ortega, 2011)
  - . **Niveles de satisfacción:** El cliente experimenta tres niveles insatisfacción, satisfacción y complacencia. (Caldera, et al. 2011).

## 2.4 Formulación de hipótesis

#### **2.4.1 Hipótesis general**

Ho: No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Hi: Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

#### **2.4.2 Hipótesis específicas**

Ho: No existe relación significativa entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Hi: Existe relación significativa entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Ho: No existe relación significativa entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Hi: Existe relación significativa entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

Ho: No existe relación significativa entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

- Hi: Existe relación significativa entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.
- Ho: No existe relación significativa entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.
- Hi: Existe relación significativa entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.
- Ho: No existe relación significativa entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.
- Hi: Existe relación significativa entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

## **2.5. Variables**

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

#### **Variable calidad de servicio**

Manifiesta que para lograr un alto nivel de calidad de servicio, se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio y definen cinco aspectos: la tangibilidad (Instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación), fiabilidad (Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa), Seguridad (Se siente seguro el cliente de estar consumiendo el producto), capacidad de respuesta (Disposición para ayudar al cliente para prestarle el servicio rápido) y empatía,

muestra de interés y nivel de atención al cliente. (Parasuraman, et al. 1985)

### Variable satisfacción del cliente

Díaz (2016) señala que la satisfacción del cliente es el estado de ánimo de un cliente, se considera tres dimensiones o aspectos el rendimiento percibido, comprende resultados del cliente con el producto, sus expectativas del cliente que son esperanzas que ellos tienen por conseguir algo y que se producen por las promesas que hace la empresa sobre beneficios del producto y servicio y los niveles de satisfacción que comprende insatisfacción, satisfacción y complacencia.

#### 2.5.2. Definición operacional de la variable

##### Variable calidad de servicio

Es cuando se compara lo que espera el cliente con lo que percibe es decir el producto acabado que brinda la empresa

##### Variable satisfacción del cliente

Son características que tienen un producto o servicio que cumple el requerimiento del usuario.

#### 2.5.3. Operacionalización de la variable

##### Variable: Calidad de servicio

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
		Nº	Contenido	
<b>Elementos tangibles</b>	- Equipos de cómputo	<b>1</b>	- ¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?	<b>Nominal</b>  1: No 2: Si
	- Instalaciones física	<b>2</b>	- ¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas?	
	- Presentación del personal	<b>3</b>	- ¿El personal que labora en la empresa se percibe apariencia presentable y limpia?	
	- Materiales atractivos	<b>4</b>	- ¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?	

<b>Fiabilidad</b>	- Tiempo	5	- ¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?
	- Muestra interés	6	- ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestran interés por resolverlo?
	- Horario establecidos	7	- ¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?
	- Servicio que esperaba	8	- ¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?
<b>Capacidad de respuesta</b>	- Atienden con rapidez	9	- ¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?
	- Ayudar al cliente	10	- ¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuesto ayudar a los clientes?
	- Momento Oportuno	11	- ¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?
	- Comunicación a los clientes	12	- ¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?
<b>Seguridad</b>	- Transmite confianza	13	- ¿El comportamiento del personal de la empresa le trasmite confianza?
	- Conocimiento suficiente	14	- ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?
	- Extintores de seguridad	15	- ¿Se percibe extintores de seguridad?
	- Cámaras de seguridad	16	- ¿Tiene cámaras de seguridad?
<b>Empatía</b>	- Atención personalizada	17	- ¿El trabajador de la empresa brinda atención personalizada a sus clientes?
	- Horario conveniente	18	- ¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?
	- Intereses de su clientes.	19	- ¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?
	- Comprende necesidades específicas	20	- ¿La empresa comprende tus necesidades específicas?

### Variable: Satisfacción del cliente

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
		N°	Contenido	
<b>Rendimiento percibido</b>	- El trato de empleados	1	- ¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?	
	- El personal que labora se identifica	2	- ¿Percibe que la empresa se identifica con usted?	
	- Ambiente físico	3	- ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?	
	- Confianza con la empresa	4.	- ¿Usted tiene confianza con la empresa?	

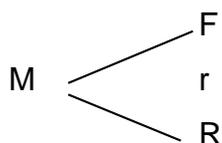
<b>Expectativa del cliente</b>	- Necesidades del cliente	5	- ¿El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?	<b>Nominal</b>  <b>1: No</b> <b>2: Si</b>
	- Respeto el tiempo	6	- ¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?	
	- Muestra interés en solucionar	7	- ¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?	
	- Expectativas del cliente	8	- ¿Cumple con las expectativas de atención del cliente?	
<b>Niveles de satisfacción</b>	- El servicio que paga se justifica	9	- ¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?	
	- Horario establecido	10	- ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?	
	- Brindar servicios	11	- ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?	
	- Instalaciones física de la empresa	12	- ¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?	

**Fuente: Propi**

## CAPITULO III METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño de la investigación

Como hace referencia Sánchez y Reyes (2002). La investigación es no experimental cuando no se manipula ninguna de las variables, seguido de transeccional por que se aplica el instrumento de investigación un solo momento y nivel correlacional se orienta a determinar el grado de relación existente entre dos o más variables de estudio. El diseño es:



Donde:

M = Clientes que asisten a la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L

F = Calidad de servicio

r = Relación

R = Satisfacción del cliente

### 3.2. Población y muestra

#### 3.2.1 Población

La Torre (2003), define tradicionalmente la población como el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno.

La población estaba conformado por 160 usuarios o cliente de la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L, en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020. La fuente de

obtención de datos en clientes que asisten a la empresa maderera es el cuaderno de registro de ingreso a la empresa.

### 3.2.2 Muestra

Sierra (1988), señala que la muestra es parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado. El tipo de muestreo que se utilizará es aleatorio simple

Se trabajó con 92 clientes que asistieron a la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L, en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020 y se aplicó la siguiente fórmula:

#### TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuando:            Z= 1.96  
                          N= 160  
                          P= 0.5  
                          Q= 0.5  
                          E= 0.05

$$n_0 = \frac{Z^2 N P Q}{Z^2 P Q + (N - 1) E^2} = 92$$

### 3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.3.1. Técnica

Para el recojo de la información de la investigación, se aplicó la técnica de la encuesta, para recopilar la información directamente de la variable de estudio, (Ander – Egg, 2001).

#### 3.3.2. Instrumento

Para la recolección de datos de la variable calidad de servicio se utilizó como instrumento el cuestionario, esta variable contiene 20 ítems y 05 dimensiones: Instalaciones físicas, fiabilidad, capacidad de

respuesta, seguridad, y empatía. La variable fue desagregada en 20 ítems, cada indicador estaba representado por un ítem, los cuales fueron redactados en forma de expresión nominal que permitió al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evaluó.

Con respecto a la variable satisfacción al cliente para recoger datos se utilizó como instrumento el cuestionario esta variable contenía 12 ítems y 03 dimensiones: Rendimiento percibido, Expectativa del cliente, Niveles de satisfacción. La variable fue desagregada en 12 ítems, cada indicador estaba representado por un ítem, los cuales estaban redactados en forma de expresión nominal que permitió al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evaluó.

Se eligió este instrumento por que se ajustó al diseño de investigación es decir transeccional por que se realizó observaciones en un solo momento asimismo tiene las característica lo que se estaba investigando.

### **3.4. Validez y confiabilidad**

#### **3.4.1. Validez**

La validación de instrumentos de investigación se realizó mediante el juicio de expertos participando 03 profesionales concedores de dicha variables de estudio, que se presentaron algunas observaciones que luego se subsanó. ANEXO N°05

#### **3.4.2. Confiabilidad**

Se realizó prueba piloto de instrumentos de investigación, luego se aplicó el análisis de fiabilidad alfa de Cronbach resultando en la variable calidad de servicio 0.969 con 20 ítems y la variable satisfacción del cliente 0,943 con 12 ítems, en ambos altamente

confiable para la investigación.

### **3.5 Técnicas para el procesamiento de la información**

Los datos de las encuestas se transformó en una data, la misma que aplicando el programa SPSS y Excel, se obtuvo las tablas y gráficos estadísticos correspondientes a las preguntas planteadas y la contratación de hipótesis general y específica se realizó con la prueba estadística coeficiente de correlación de Spearman.

## CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación de resultados

Los datos de la encuesta se organizan y se presentan en tablas de contingencias y figuras, contrastando las hipótesis formuladas, procesando con el programa SPSS. V.22.

**Tabla1 Dimensión: Elementos tangibles en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	38	41,30
	NO	54	58,70
	Total	92	100,0

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

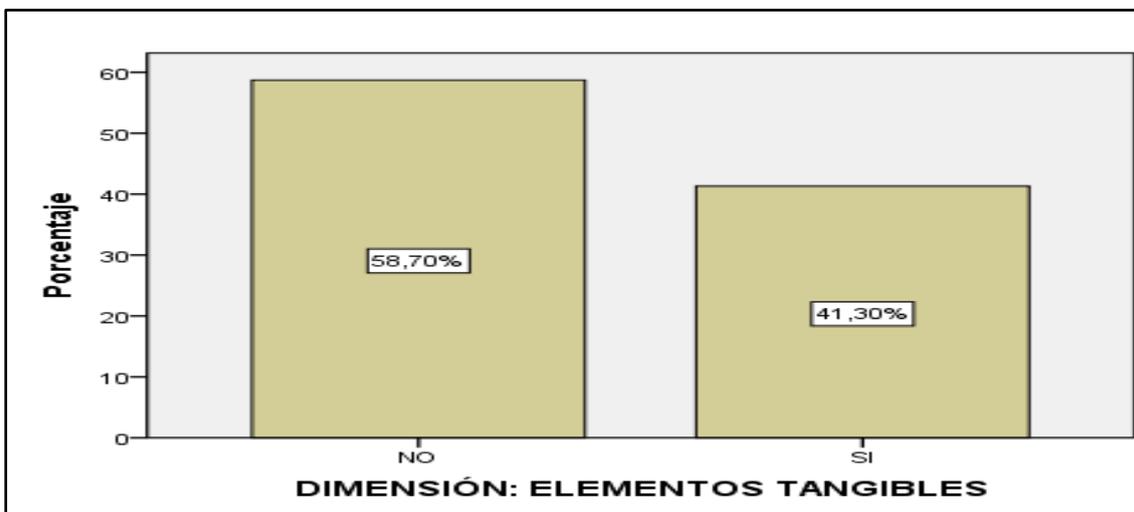


Figura2: Dimensión: Elemento tangibles

Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 1 y figura 2, se observa el 41,30% de encuestados refieren que, SI cuenta con máquinas, equipos, instalaciones físicas y materiales, y 58,70% nivel No.

**Tabla2 Dimensión: Fiabilidad en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	43	46,74
	NO	49	53,26
	Total	92	100,0

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

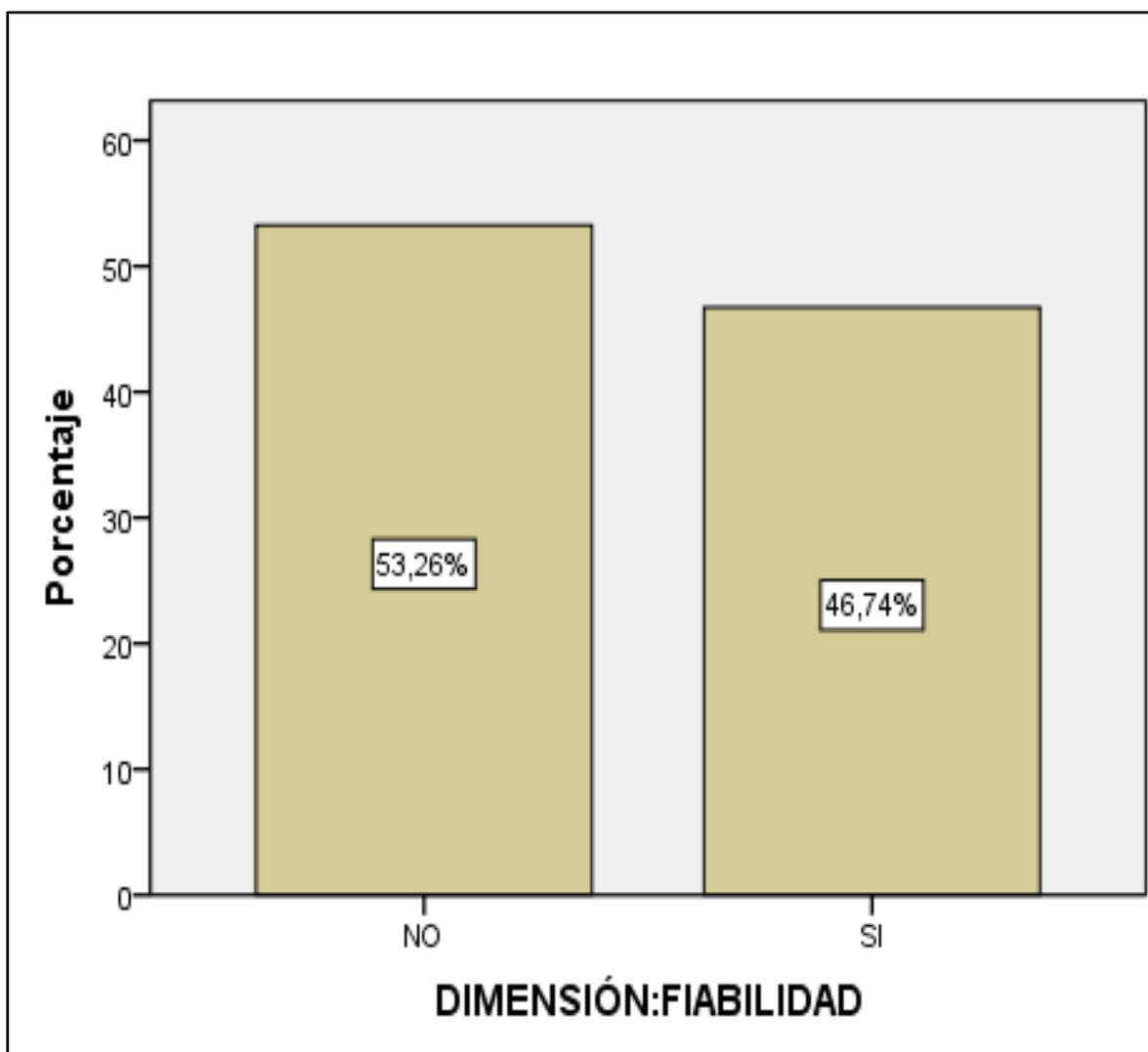


Figura3: Dimensión: Fiabilidad

Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 2 y figura 3, se observa el 46,74% de encuestados refieren que SI cumple cuando la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza, muestra interés por el cliente, y 53,26% nivel No.

**Tabla3 Dimensión: Capacidad de respuesta en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	53	57,61
	NO	39	42,39
	Total	92	100,0

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

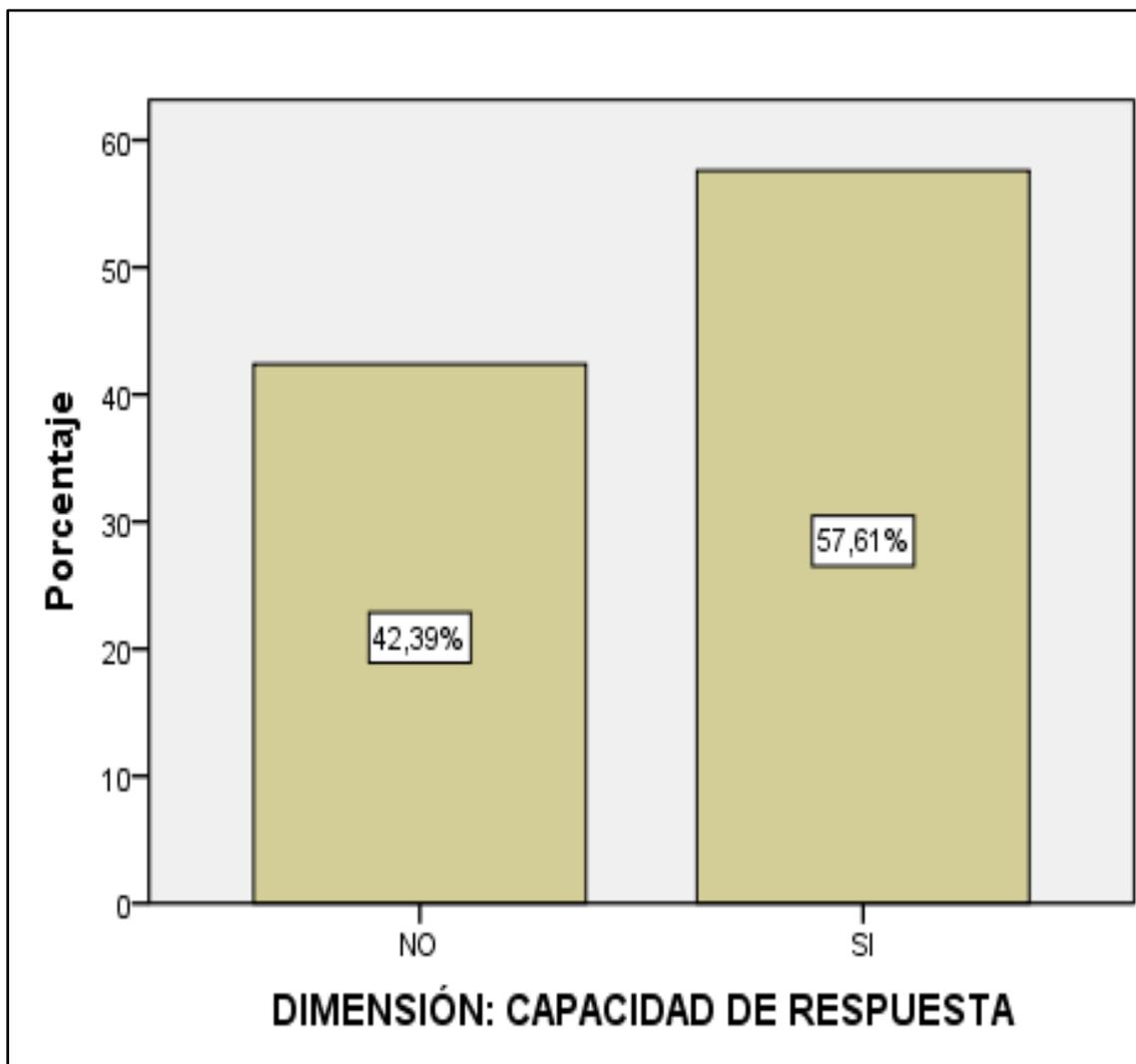


Figura4: Dimensión: Capacidad de respuesta  
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 3 y figura 4, se observa el 57,61% de encuestados refieren que los trabajadores de la empresa que SI tienen capacidad de respuesta ante el cliente y 42,39% nivel No.

**Tabla4 Dimensión: Seguridad en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	39	42,39
	NO	53	57,61
	Total	92	100,0

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

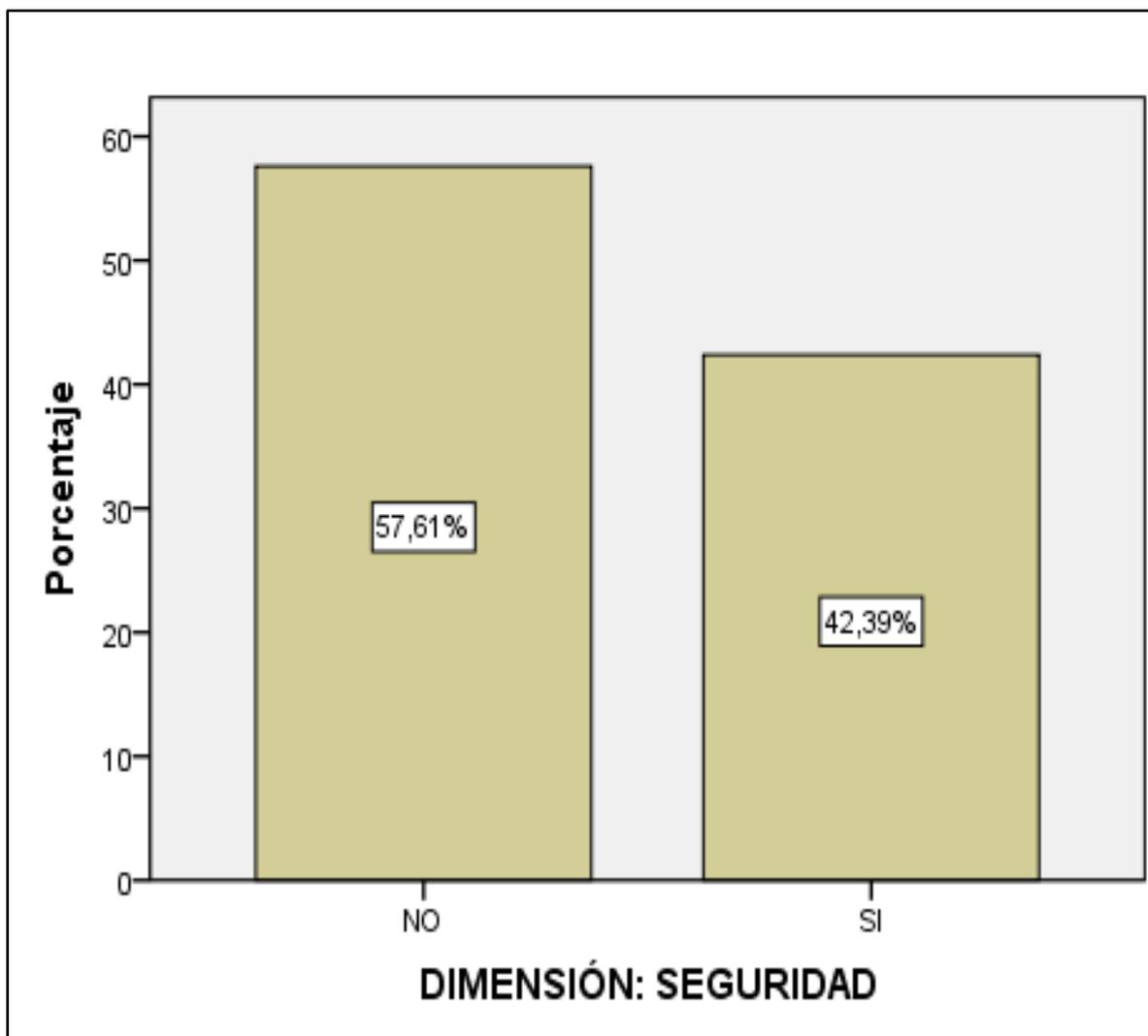


Figura5: Dimensión: Seguridad  
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 4 y figura 5, se observa el 42,39% de encuestados refieren que la empresa SI cuenta con seguridad ante el cliente y 57,61% nivel No.

**Tabla5 Dimensión: Empatía en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	51	55,43
	NO	41	44,57
	Total	92	100,0

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

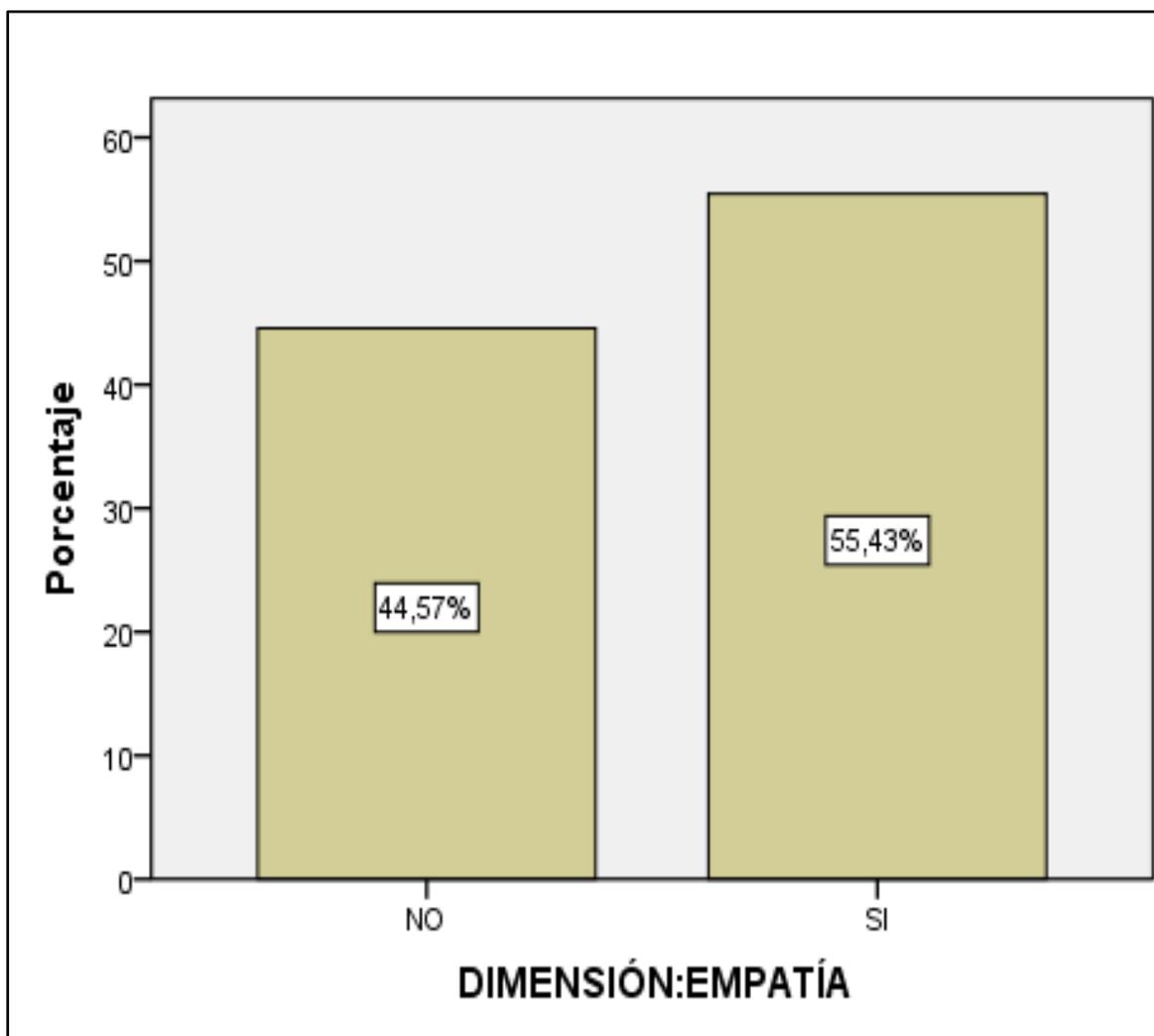


Figura6: Dimensión: Empatía

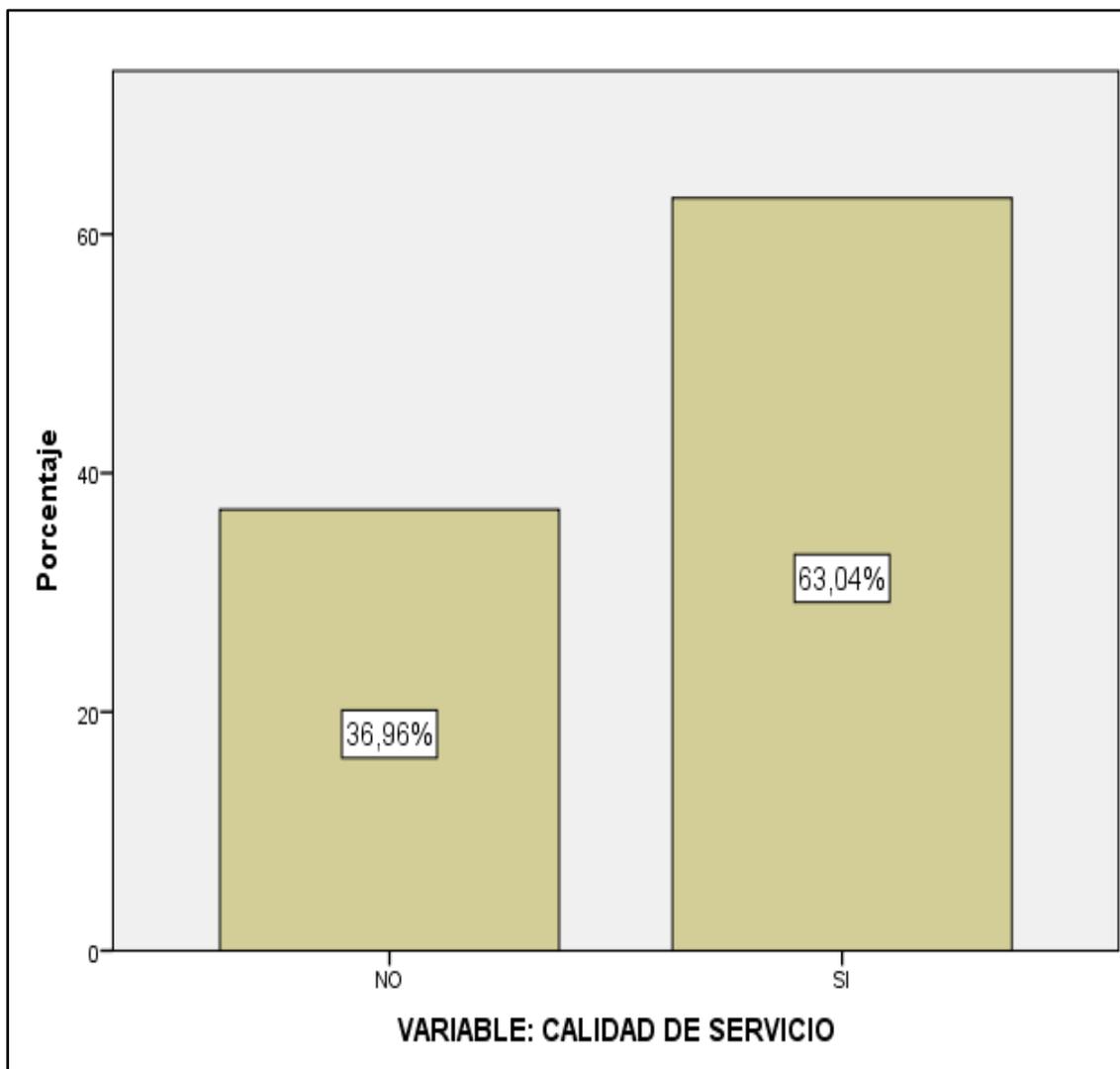
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 5 y figura 6, se observa el 55,43% de encuestados refieren que los trabajadores SI muestra empatía ante los clientes que acuden a la empresa y 44,57% nivel No.

**Tabla 6 Variable Calidad de servicio en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	58	63,04
	NO	34	36,96
	Total	92	100,0

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



**Figura 7: Variable: Calidad de servicio**  
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 6 y figura 7, se observa el 63,04% de encuestados refieren que la empresa SI brinda servicio de calidad y 36,96% nivel No.

**Tabla 7 Dimensión: Rendimiento percibido en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	39	42,39
	NO	53	57,61
	Total	92	100,0

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

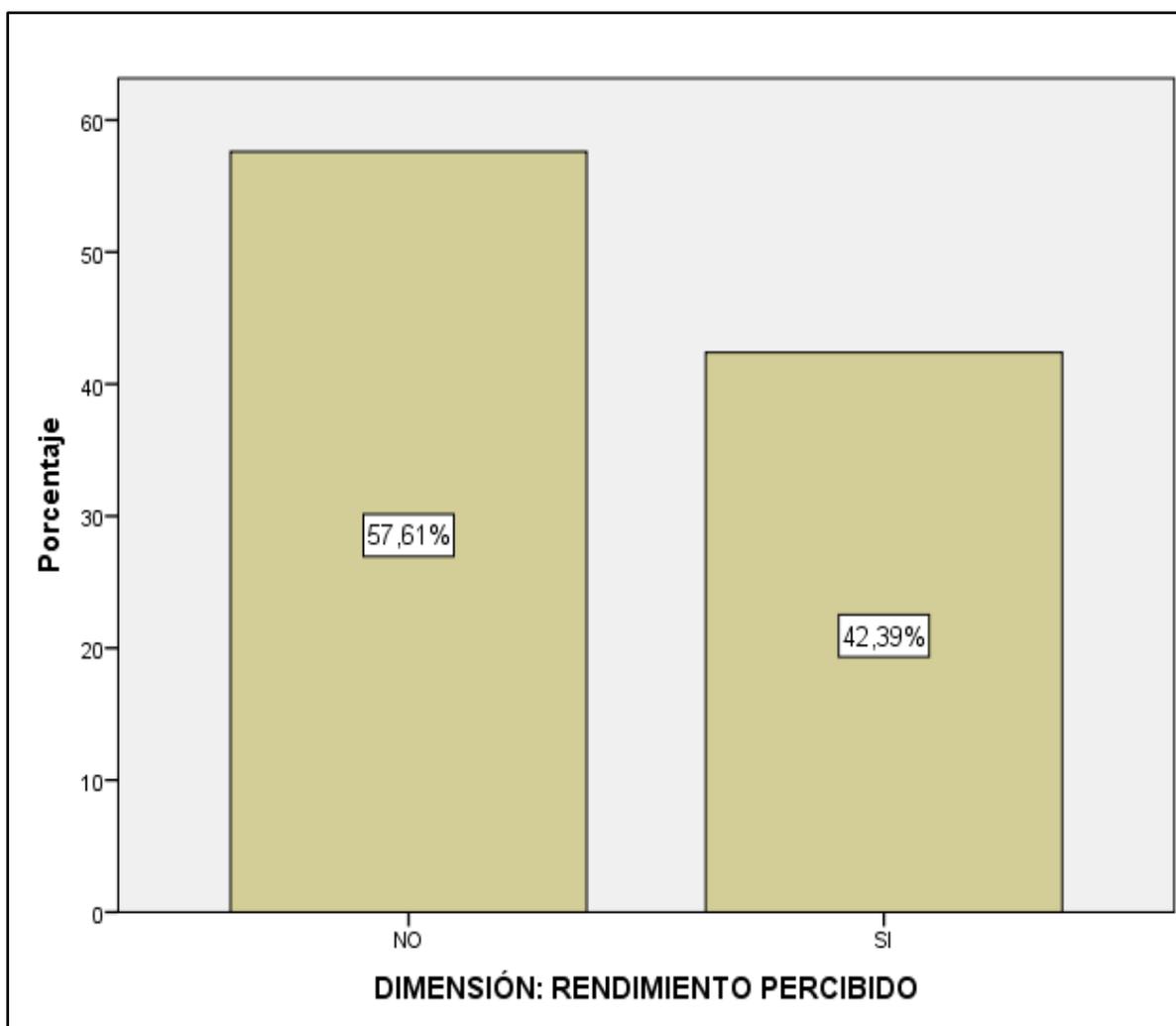


Figura 8: Dimensión: Rendimiento percibido  
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 7 y figura 8, se observa el 42,39% de encuestados percibe que la empresa SI muestra trato amable, se identifica con el usuario y el 57,61% nivel No.

**Tabla 8 Dimensión: Expectativa del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	45	48,91
	NO	47	51,09
	Total	92	100,0

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

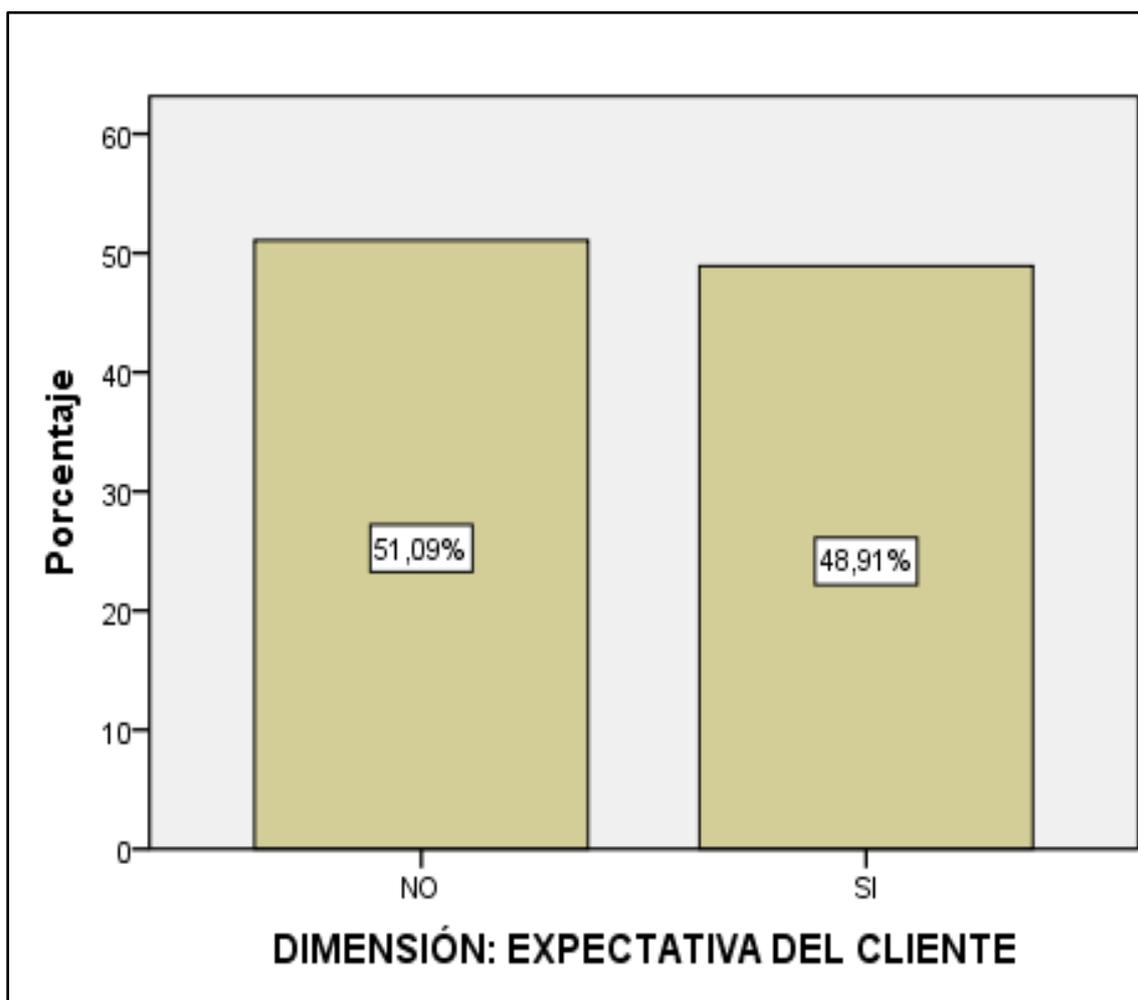


Figura 9: Dimensión: Expectativa del cliente

Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 8 y figura 9, se observa el 48,91% de encuestados refieren que SI tiene expectativa que la empresa se adapte a las necesidades del cliente, solucionar situaciones que se presenta y 51,09% nivel No.

**Tabla 9 Dimensión: Nivel de satisfacción en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	41	44,57
	NO	51	55,43
	Total	92	100,0

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

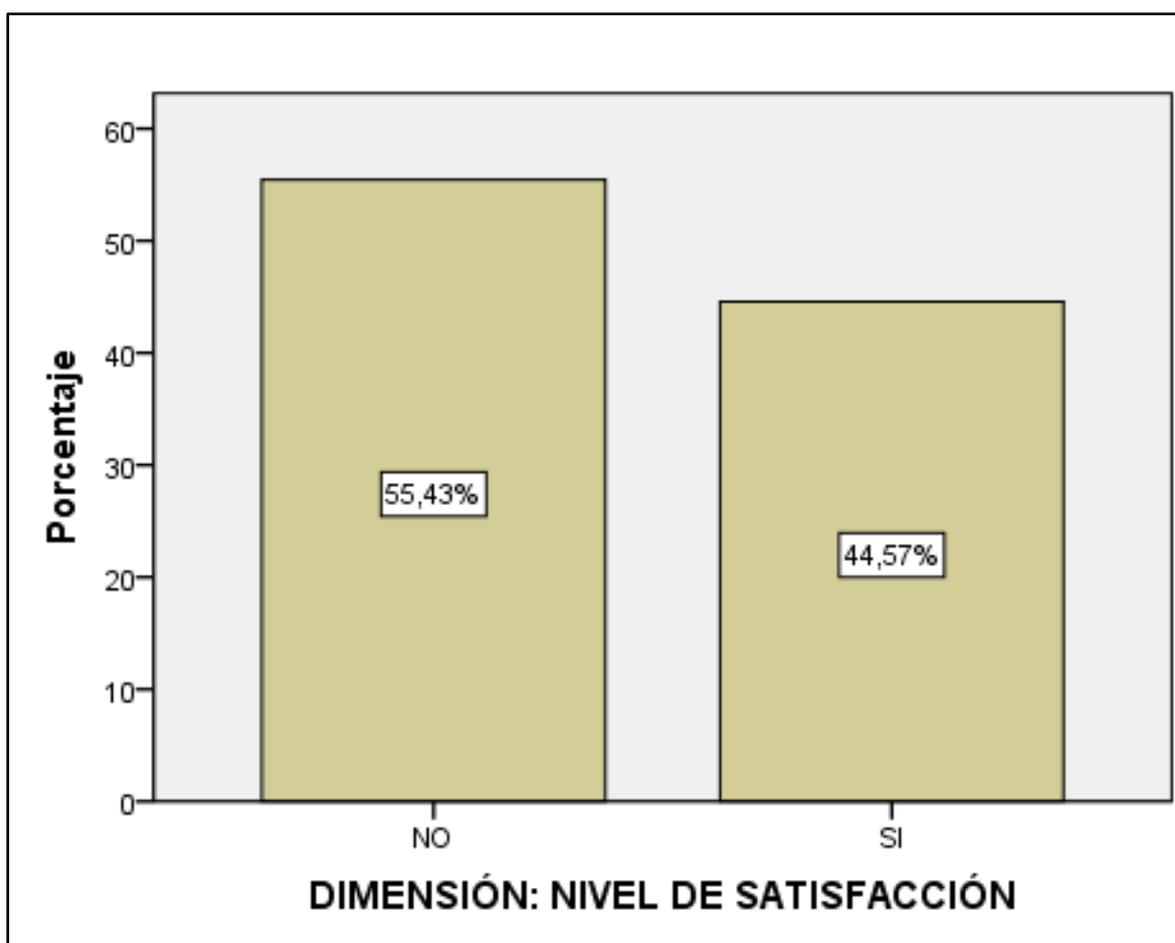


Figura 10: Dimensión: Nivel de satisfacción

Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 9 y figura 10, se observa el 44,57% de encuestados refieren que SI se sienten satisfecho con el servicio que brinda la empresa y 55,43% nivel No.

**Tabla 10 Variable: Satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	49	53,26
	NO	43	46,74
	Total	92	100,0

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

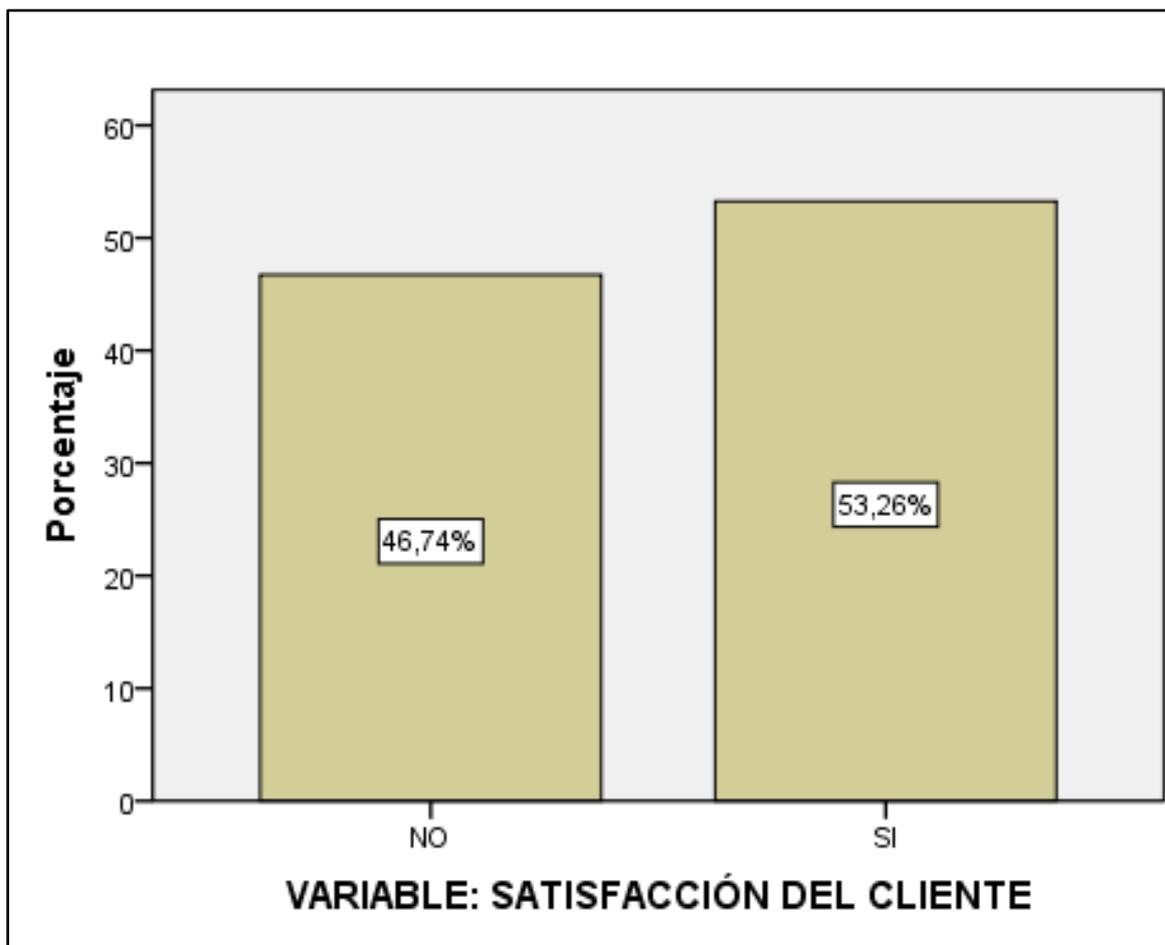


Figura 11: Variable: Satisfacción del cliente  
Fuente: Propia

**Interpretación:** De la tabla 10 y figura 11, se observa el 53,26% de encuestados refieren que SI se satisfecho con el servicio que brinda la empresa y 46,74% nivel No.

## PRUEBA DE HIPÓTESIS

### HIPÓTESIS GENERAL

**Ho:** No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla 11. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente**

		Correlaciones	V1	V2
Rho de Spearman	Variable (V1):	Coeficiente de correlación	1,000	,929**
	calidad de servicio	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2):	Coeficiente de correlación	,929**	1,000
	Satisfacción del	Sig. (bilateral)	,000	.
	cliente	N	92	92

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  $r = 0,929$  correlación positiva muy alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

**Ho:** No existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla12. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente**

		Correlaciones	D1	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D1):	Coefficiente de correlación	1,000	,810**
	Elementos tangibles	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2):	Coefficiente de correlación	,810**	1,000
	Satisfacción del cliente	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

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  $r = 0,810$  correlación positiva alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

**Ho:** No existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla13. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente**

		Correlaciones	D2	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D2): Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,875*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2): Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,875*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

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  $r = 0,875$  correlación positiva alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

**Ho:** No existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla14. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente**

		Correlaciones	D3	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D3): capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	1,000	,899*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2): Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,899*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

**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  $r = 0,899$  correlación positiva alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

#### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4

**Ho:** No existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla15. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente**

		Correlaciones	D3	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D3): Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	,798*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2): Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,798*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

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  $r = 0,798$  correlación positiva alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5

**Ho:** No existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Hi:** Existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Tabla16. Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente**

		Correlaciones	D5	V2
Rho de Spearman	Dimensión (D5): Empatía	Coeficiente de correlación	1,000	,869**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Variable (V2): Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,869**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

**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  $r = 0,869$  correlación positiva alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

## 4.2. Discusión

Para efectos de la discusión los resultados de esta investigación, parte de la formulación de la pregunta de investigación. ¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?, donde se ha obtenido relación significativa entre ambas variables de estudio que genera discusión.

De los resultados obtenido de la tabla N° 06 y figura N°07, sobre la variable calidad de servicio se obtuvo que el 63,04% de encuestados refieren que la empresa SI brinda servicio de calidad y 36,96% nivel No y la variable satisfacción del cliente se obtuvo el 53,26% de encuestados refieren que SI sienten satisfecho con el servicio que brinda la empresa y 46,74% nivel No. Estos resultados coinciden con algunas de las conclusiones de **López (2018)**, donde refiere se encontró cliente insatisfecho respecto al personal de servicio no brinda un trato personalizado, falta capacitación y el restaurante cuenta con poco personal o empleados, lo confirma **Rivera (2019)**, sabiendo que las expectativas tiene relación con la satisfacción del cliente y no cuenta con modelo de calidad, lo mismo señala **Alvares y Rivera (2019)**, **Molina (2019)**, donde refiere las dimensiones de Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad se relaciona con la variable satisfacción del cliente de manera significativa en todas ellas. La variable calidad de servicio se fundamenta en el enfoque de Parasuraman, **Zeithaml y Berry (1985)**, refiere que para lograr un alto nivel de calidad de servicio, se debe igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio y lo confirma **Carrasco S. (2009)**. Asimismo, la variable satisfacción al cliente se respalda con el modelo **Kano (1996)**. La hipótesis planteada se contrasta al aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r = 0,929$  correlación positiva muy alta y  $p\text{valor} = 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, se concluye existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción

Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

Con respecto a las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía se obtuvieron porcentajes por debajo del 50% en nivel SI, es decir la calidad servicio que presta la empresa satisface medianamente las necesidades del cliente que asiste, estos resultados se corrobora estadísticamente de la tabla N° 01, 02, 03, 04, 05 y figura N° 02, 03, 04, 05 y 06, estos resultados coinciden con las conclusiones de **Molina (2019)**, donde refiere en la dimensión de Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad se relaciona con la variable satisfacción del cliente de manera significativa en todas ellas, lo confirma **Canzio (2019)**, en sus conclusiones que los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad influye significativamente en la satisfacción del usuario.

Estas dimensiones son respaldadas en Zeithaml, V, Parasuraman, A. y Berry. L. (1993) y en la variable satisfacción del cliente en el modelo de Kano (1996) y sus dimensiones se fundamenta en Sevilla, C. (2016), Zeithaml y Bitner (2002) y Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (2011). Se confirma las hipótesis planteadas en la tabla N° 11, 12, 13, 14y 15, luego de aplicar la prueba estadística se obtiene el  $p\text{valor} = 0,00 < 0,01$ , , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% tanto en la hipótesis general y específicas se concluye existe relación significativa entre las dimensiones elementos tangibles fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con satisfacción del cliente en la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

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

#### **PRIMERA CONCLUSIÓN**

##### **Primera conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,929$  correlación positiva muy alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 63,04% de encuestados refieren que la empresa SI brinda servicio de calidad y 36,96% nivel No, y respecto a la variable satisfacción del cliente, el 53,26% de encuestados refieren que SI sienten satisfecho con el servicio que brinda la empresa y 46,74% nivel No.

##### **Segunda conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,810$  correlación positiva alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 41,30% de encuestados refieren que, SI cuenta con máquinas, equipos, instalaciones físicas y materiales, y 58,70% nivel No.

##### **Tercera conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,875$  correlación positiva alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de

significancia del 1%. Asimismo el 46,74% de encuestados refieren que SI cumple cuando la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza, muestra interés por el cliente, y 53,26% nivel No.

#### **Cuarta conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,899$  correlación positiva alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo el 57,61% de encuestados refieren que los trabajadores de la empresa que SI tienen capacidad de respuesta ante el cliente y 42,39% nivel No.

#### **Quinta conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,798$  correlación positiva alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo el 42,39% de encuestados refieren que la empresa SI cuenta con seguridad ante el cliente y 57,61% nivel No.

#### **Sexta conclusión**

Se concluye existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020, luego de aplicar la prueba estadística Spearman se obtiene  $r= 0,869$  correlación positiva alta y  $pvalor= 0,00 < 0.01$ , es decir es significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Asimismo, el 55,43% de encuestados refieren que los trabajadores SI muestra empatía ante los clientes que acuden a la empresa y 44,57% nivel No.

## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo de los resultados obtenidos y las conclusiones generadas paso a mencionar las siguientes recomendaciones:

Se recomienda la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión elementos tangibles realizar mejoras en las instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación por que todavía existe insatisfacción del cliente como lo demuestran los resultados.

Se recomienda la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión 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 la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión mejorar capacidad de respuesta al cliente para que sienta conforme.

Se recomienda la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión seguridad mejorar en algunos aspectos como cámara de seguridad para cualquier evento de pérdida de cosas personales del cliente o asalto.

Se recomienda la empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L de acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión empatía mejorar la atención personalizada se preocupe por el cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvares, D. y Rivera, A. (2019), *el título de su investigación fue "Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018"*. Para optar el título profesional Licenciado en Administración, Banca y Finanzas de la Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado el 20 de Julio del 2020. Disponible: [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2303/1/Dayana%20Alvarez\\_Asley%20Rivera\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2303/1/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf).
- Ander-Egg, E. (2001). *Métodos y técnicas de investigación social*. Recuperado 20 de Junio del 2020. Disponible: <http://es.scribd.com/doc/26647172/Resumen-Ander-Egg-Metodos-y-Tecnicas-de-la-Investigación-Social>.
- Betancourt, Y. y Mayo, J. (2010), *La evaluación de la calidad de servicio. Contribuciones a la economía. Recuperado el 20 de junio del 2020. Disponible:https://econpapers.repec.org/article/ervcontri/y\_3a2010\_3ai\_3a2010-04\_3a13.htm*
- Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicio en bibliotecas universitarias. *Documentación de las Ciencias de la Información XXXIV*, 33 – 347.
- Canzio, C. (2019), realizó la investigación titulada "Relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario en emergencia de hospitales públicos de Lima Este, 2018". Para optar el título profesional Licenciado en Administración de la Universidad San Ignacio de Loyola. Lima Perú
- Carrasco, S. (2009). *Gestión de calidad y formación profesional Acreditación Universitaria*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Castillo, A. Díaz, N. Martínez, J. Sánchez, D. & Valencia, E. (2012). *La calidad en el servicio al cliente del restaurante terraza, ubicado en la delegación cauhtémoc, D. F.*
- Castillo, E. (2005), Marketing de servicios. Profesor de la Universidad del BIO- BIO de ChileQ
- Deming, E. (1989), *Calidad, productividad y competitividad. Salida de la crisis* Madrid: Díaz de Santos.

- Deming, E. (1989). *Calidad productividad y Competitividad: La salida de la crisis*. Díaz de Santos. p. 412. ISBN 84-87189-22-9
- Díaz, W. (2016), *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de caja Piura Chocope en el año 2015*.
- Droguett, F. (2012), en su tesis titulado “*Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la Industria Automotriz. Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*”. Para optar el título profesional de Ingeniero Comercial Mención Administración en la Universidad de Chile. Santiago. Chile.
- Duque Oliva, E. y Diosa, Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio.
- Farfán, Y. (2007), *La Fiabilidad Editorial moderna*, Cuzco – Perú.
- Feshback (1984). *Empatía, como experiencias a partir de emociones*.
- Gonzales, Y. (2015). *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción del cliente de Starbuks coffe del distrito de Santa Anita Lima, 2015*.
- Gronroos, C. (1984), A service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing* 18(4), 36 – 44.
- Hoffman, K. y Bateson, E. (2011), *Marketing de servicios*. México: Cengage Learning.
- Huancayo – 2013*”. Para obtener el título de Licenciado en Administración de la Universidad nacional del centro del Perú.
- Huancayo. Perú Crosby, B. (1988), *La organización permanece exitosa*. México. McGraw – Hill Interamericana S.A de C.V
- Ishikawa, K. (1986), *¿Qué es control total de calidad?* (H. A. Coronado, Ed.) (Norma). Bogotá.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2004), *Marketing* (Decima ed.). México: Pearson Educación S.A.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), *Fundamentos de Marketing* ( P. De la Vega, Ed.) (Decimoprim). Pearson.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z*. (A. Gómez Arnau, Ed.)(Pearson ed). España. Pearson.
- La Torre, J. (2003): *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Experiencia S.L., Barcelona.

- López, D. (2018), realizó la investigación titulada: “Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy de la ciudad de Guayaquil”. Para obtener el grado académico de Magister en Administración de empresas en la Universidad de Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador. Recuperado el 19 de julio del 2020, Disponible: <file:///E:/PROFE%20HP/D/UPP/TESIS%20CIELITO/antecedente%20internacional.pdf>
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). Marketing de servicio. Madrid: Pearson Educación.
- Molina, A. (2019), en su tesis titulada “Calidad de servicio y percepción y satisfacción del cliente en el condominio jardines de la Católica, Lima 2019”. Para obtener el grado académico de Maestro en Administración y Dirección de empresas en la Universidad Peruana de las Américas. Lima. Perú. Recuperado el 20 de Julio del 2020. Disponible: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/591/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20PERCEPCI%3%93N%20DE%20SATISFACCI%3%93N%20DEL%20CLIENTE%20EN%20EL%20CONDOMINIO%20JARDINES%20DE%20LA%20CAT%3%93LICA%20LIMA%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Noriaki Kano (1996), *Guide to TQM in Service Industries*. Tokyo: Asian Productivity Organization. IBN 978 – 92 – 833 – 1130 – 0
- Ortiz Gallardo y Rosas Andrade (2004), en su investigación titulada: Análisis de la calidad en el servicio del concesionario Volkswagen “Automóviles de Santa Ana S.A. DE C.V.” Universidad de las Américas Puebla, Administración de empresas con especialidad en Mercadotecnia de servicios. Puebla. México.
- Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), A conceptual model of service quality and its implications for future research En: *Journal of Retailing*, Vol. 49.
- Parra, P. (2015). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio: Un Programa generador de empresas de competitividad mundial*. México: Ediciones Fiscales ISEF.

- Poma Nancy y Yuri Martín (2012), el título de su investigación fue *“Influencia de la calidad de servicio en las ventas de la mueblería el triunfo – Huancayo”*.
- Prats, D. (2005). Métodos para medir la satisfacción del cliente. Madrid, España: AENOR.
- Rengifo, G. (2017), en su trabajo de investigación: *“Calidad de servicio y fidelización del cliente en Mi banco, Pucallpa, 2017*. Para obtener el título profesional Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Universidad Alas Peruanas – Pucallpa. Perú.
- Requena, M. y Gabriela, S. (2007). Tesis titulada *“Calidad de servicio desde la de cliente, usuarios y auto – percepción de empresas de captación de talento”*. Para obtener el título profesional de administración de la Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Venezuela.
- Rivera, P. (2019), realizó la investigación titulada: *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón ALAUSI”*. Para obtener el título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional Chimborazo. Riobamba. Ecuador. Recuperado el 18 de julio del 2020. Disponible: <file:///E:/PROFE%20HP/D/UPP/TESIS%20CIELITO/CALIDAD%20DE%20L%20SERVICIO%20Y%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE%20EN%20ESTABLECIMIENTOS%20DE%20ALIMENTOS%20Y%20BEBIDAS%20DEL%20CANT%C3%93N%20ALAUS%C3%8D.pdf>
- Rodríguez, E. (2017), realizo la investigación *“Influencia del servicio de calidad en la satisfacción del usuario en la academia de baile Fitness Dance de la ciudad de Pucallpa, 2017”*, para optar el título Licenciado en Administración de Negocios. Universidad Privada de Pucallpa. Perú.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2002). *Metodología y diseño en la investigación Científica*. Lima: Universidad Ricardo Palma. Editorial Universitaria.
- Sevilla, C. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de casa verde gourmet en el Aeropuerto “Carlos Martínez de Pinillo” Distrito de Huanchaco – 2016”*
- Sierra, B. (1988): *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Paraninfo, Madrid.

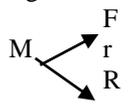
- Stanton, J. Etzrael, J. y Wilker, J. (2007), *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Zeithaml y Bitner (2009). *Marketing de servicios* 2da Ed. México. Editorial McGraw – Hill interamericana.
- Zeithaml, V, Parasuraman, A. y Berry. L. (1993), *Calidad total en la gestión de servicios* Madrid; Ed. Díaz de Santos.
- Zeithman, V y Bitner, Jo (2002), *Marketing de servicio*. 2da Edición, Editorial, Fic Graw – Hill Interamericana

# ANEXO

## Anexo 01: Matriz de consistencia

**Título:** Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Narvasta E.I.R.L. en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2020

**Autoras:** Br. Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable		Metodología
			Nombre	Dimensiones	
¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?	Establecer la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020	Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020	Variable Calidad de servicio	Elementos Tangibles	<b>Diseño de investigación</b> No experimental Transeccional <b>Nivel de investigación</b> Crrrelacional, cuyo diagrama es el siguiente: 
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivo Especifico</b>	<b>Hipótesis Especifica</b>		Fiabilidad	
¿Cuál es la relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?	Determinar la relación entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.	Existe relación significativa entre elementos tangibles de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.	Variable Satisfacción del cliente	Capacidad de respuesta	Dónde: M= Clientes de la Empresa Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L F= Calidad de servicio r= Relación R= Satisfacción del cliente  <b>Población y muestra</b> <b>La población</b> , estará conformada por 160 clientes que asisten Empresa Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L <b>La muestra</b> , de tipo probabilístico y aleatorio simple estará conformada por 92 clientes que asisten a la Empresa Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L <b>Técnicas e instrumento de recolección de datos</b> <b>Técnica:</b> La encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario
¿Cuál es la relación entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?	Determinar la relación entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020	Existe relación significativa entre fiabilidad de calidad de servicio y satisfacción del cliente del en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.		Seguridad	
				Empatía	
				Rendimiento percibido	
				Expectativa del cliente	
				Niveles de satisfacción	

<p>¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020 ?</p> <p>¿Cuál es la relación entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020?</p>	<p>Determinar la relación entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020</p> <p>Determinar la relación entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020.</p> <p>Determinar la relación entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020</p>	<p>Existe relación significativa entre capacidad de respuesta de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020</p> <p>Existe relación significativa relación entre seguridad de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020</p> <p>Existe relación significativa entre empatía de calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020</p>			<p><b>Técnicas para el procesamiento de datos</b></p> <p>Se hará uso del análisis descriptivo e inferencial, para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y el software SPSS V.22 para contrastar la hipótesis general e específica se utilizará Coeficiente de correlación de Spearman</p>
--	---	--	--	--	--

## Anexo 02: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativa.  
Escuela Profesional de Administración de Negocios

### Cuestionario sobre Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

Señor usuario (a), este cuestionario es anónimo y confidencial, tiene como finalidad conocer su opinión sobre Calidad de servicio en la Empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta, se le solicita responder las preguntas con la mayor objetividad.

#### Instrucciones:

A continuación encontrará una serie de enunciados la cual debe leer y marca con una “X”, la casilla que mejor represente su respuesta según a los índices:

1: NO      2: SI

#### I. Dimensión: Elementos Tangibles

N°	Ítems	SI	NO
1	¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?		
2	¿Las instalaciones físicas de la empresa es atractivo?		
3	¿El personal que labora en la empresa tiene apariencia presentable y limpia?		
4	¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?		

#### II. Dimensión: Fiabilidad

N°	Ítems	SI	NO
5	¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?		
6	¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestran interés por resolverlo?		
7	¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?		
8	¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?		

#### III. Dimensión: Capacidad de respuesta

N°	Ítems	SI	NO
9	¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?		
10	¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuestos a ayudar a los clientes?		
11	¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?		
12	¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?		

#### IV. Dimensión: Seguridad

N°	Ítems	SI	NO
13	¿El comportamiento del personal de la empresa le trasmite confianza?		
14	¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?		
15	¿La empresa cuenta con extintores de seguridad?		
16	¿La empresa cuenta con cámaras de seguridad?		

**V. Dimensión: Empatía**

	Ítems	SI	NO
17	¿El trabajador de la empresa brinda atención personalizada a sus clientes?		
18	¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?		
19	¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?		
20	¿La empresa comprende tus necesidades específicas?		

**Gracias por su colaboración**

## Anexo 02: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativa.  
Escuela Profesional de Administración de Negocios

### Cuestionario sobre satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

Señor usuario (a), este cuestionario es anónimo y confidencial, tiene como finalidad conocer su opinión sobre, satisfacción del cliente en la Empresa Maderera Extracción Amazónica Narvasta, se le solicita responder las preguntas con la mayor objetividad.

#### Instrucciones:

A continuación encontrará una serie de enunciados los cuales debe leer y marcar con una "X", la casilla que mejor represente su respuesta según a los índices

1: NO    2: SI

#### I. Dimensión: Rendimiento percibido

N°	Ítems	SI	NO
1	¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?		
2	¿Percibe que la empresa se identifica con usted?		
3	¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?		
4	¿Usted tiene confianza con la empresa?		

#### II. Dimensión: Expectativa del cliente

N°	Ítems	SI	NO
5	¿El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?		
6	¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?		
7	¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?		
8	¿Cumple con las expectativas de atención del cliente?		

#### III. Dimensión: Nivel de satisfacción

N°	Ítems	SI	NO
9	¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?		
10	¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?		
11	¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?		
12	¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?		

**Gracias por su colaboración**

### Anexo nº 03: Operacionalización de variables

#### Variable: Calidad de servicio

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
					Nº	Contenido	
<b>Calidad de servicio</b>	Calidad de servicio se compara las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio. Hoffman y Bateson (2011)	Es cuando se compara lo que espera el cliente con lo que percibe.	<b>Elementos tangibles</b>	- Máquinas y equipos	<b>1</b>	- ¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?	<b>Nominal</b>
				- Instalaciones física	<b>2</b>	- ¿Las instalaciones físicas de la empresa son atractivas?	
			- Presentación del personal	<b>3</b>	- ¿El personal que labora en la empresa se percibe apariencia presentable y limpia?		
			- Materiales atractivos	<b>4</b>	- ¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?		
			<b>Fiabilidad</b>	- Tiempo	<b>5</b>	- ¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?	
- Muestra interés	<b>6</b>	- ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa muestran interés por resolverlo?					
- Horario establecidos	<b>7</b>	- ¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?					
<b>Capacidad de respuesta</b>	- Servicio que esperaba	<b>8</b>	- ¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?				
	- Atienden con rapidez	<b>9</b>	- ¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?	<b>1:No 2:Si</b>			
	- Ayudar al cliente	<b>10</b>	- ¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuesto ayudar a los clientes?				
	- Momento Oportuno	<b>11</b>	- ¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?				
- Comunicación a los clientes	<b>12</b>	- ¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?					
<b>Seguridad</b>	- Transmite confianza	<b>13</b>	- ¿El comportamiento del personal de la empresa le transmite confianza?				
	- Conocimiento suficiente	<b>14</b>	- ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?				
	- Extintores de seguridad	<b>15</b>	- ¿Se percibe extintores de seguridad?				
	- Cámaras de seguridad	<b>16</b>	- ¿Tiene cámaras de seguridad cámaras de seguridad?				
<b>Empatía</b>	- Atención personalizada	<b>17</b>	- ¿El trabajador de la empresa brinda atención personalizada a sus clientes?				
	- Horario conveniente	<b>18</b>	- ¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?				
	- Intereses de su clientes	<b>19</b>	- ¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?				
	- Comprende necesidades específicas	<b>20</b>	- ¿La empresa comprende tus necesidades específicas?				

Fuente: Propia

## Variable: Satisfacción del cliente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
					N°	Contenido	
<b>Satisfacción del cliente</b>	La satisfacción del cliente es el estado de ánimo de un cliente, se compara con el rendimiento percibido del producto o servicio y sus perspectivas. Díaz, W. (2016)	Son características que tienen un producto o servicio que cumple el requerimiento del usuario	Rendimiento percibido	- El trato de empleados	1	- ¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?	<b>Nominal</b>  <b>1:Nunca</b>  <b>2:Si</b>
				- El personal que labora se identifica	2	- ¿Percibe que la empresa se identifica con usted?	
				- Ambiente físico	3	- ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?	
				- Confianza con la empresa	4.	- ¿Usted tiene confianza con la empresa?	
			Expectativa del cliente	- Necesidades del cliente	5	- El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?	
				- Respeto el tiempo	6	- ¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?	
				- Muestra interés en solucionar	7	- ¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?	
				- Expectativas del cliente	8	- Cumple con las expectativas de atención del cliente	
			Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9	- ¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?	
				- Horario establecido	10	- ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?	
				- Brindar servicios	11	- ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?	
				- Instalaciones física de la empresa	12	- ¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?	

Fuente: Propia

### Anexo nº 04: Matriz de Validación del instrumento de investigación

#### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**TITULO:** Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Autora:** Br. Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta		Criterio de evaluación								
				Si	No	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción de respuesta		Observación y/o recomendación
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	- Equipos cómputo	1. ¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa es atractivo?			✓		✓		✓		✓		
		- Presentación del personal	3. ¿El personal que labora en la empresa tiene apariencia presentable y limpia?			✓		✓		✓		✓		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?			✓		✓		✓		✓		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa			✓		✓		✓		✓		

		muestran interés por resolverlo?			✓		✓		✓		✓		
	- Horario establecidos	7. ¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?			✓		✓		✓		✓		
	- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?			✓		✓		✓		✓		
Capacidad de respuesta	- Atienden con rapidez	9. ¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?			✓		✓		✓		✓		
	- Ayudar al cliente	10. ¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuesto ayudar a los clientes?			✓		✓		✓		✓		
	- Momento Oportuno	11. ¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?			✓		✓		✓		✓		
	- Comunicación a los clientes	12. ¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?			✓		✓		✓		✓		
Seguridad	- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal de la empresa le trasmite confianza?			✓		✓		✓		✓		
	- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			✓		✓		✓		✓		
	- Extintores de seguridad	15. ¿La empresa cuenta con extintores de seguridad?			✓		✓		✓		✓		
	- Cámaras de seguridad	16. ¿La empresa cuenta con cámaras de seguridad?			✓		✓		✓		✓		
	- Atención personalizada	17. ¿El trabajador de la empresa brinda atención			✓		✓		✓		✓		

			personalizada a sus clientes?			✓		✓		✓		✓		
	Empatía	- Horario conveniente	18. ¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Intereses de sus clientes	19. ¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Comprende necesidades específicas	20. ¿La empresa comprende tus necesidades específicas?			✓		✓		✓		✓		
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato de empleados	1. ¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?			✓		✓		✓		✓		
		- El personal que labora se identifica	2. ¿Percibe que la empresa se identifica con usted?			✓		✓		✓		✓		
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Confianza con la empresa	4. ¿Usted tiene confianza con la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	Expectativa del cliente	- Necesidades del cliente	5. ¿El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Respeto el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?			✓		✓		✓		✓		

	- Expectativas del cliente	8. ¿Cumple con las expectativas de atención del cliente?			✓		✓		✓		✓		
Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?			✓		✓		✓		✓		
	-Horario establecido	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	- Brindar servicios	11. ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?			✓		✓		✓		✓		
	- Instalaciones física de la empresa	12. ¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?			✓		✓		✓		✓		

Firma del validador.....   
 Nombres y Apellidos..... Jaime Augusto Rojas Elescano  
 Grado Académico..... Doctor  
 DNI..... 00103097  
 N° de Celular..... 935066482  
 Fecha..... 04-06-2020

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**TITULO:** Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020

**Autora:** Br. Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta		Criterio de evaluación								
				Si	No	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción de respuesta		Observación y/o recomendación
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	- Equipos cómputo	1. ¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa es atractivo?			✓		✓		✓		✓		
		- Presentación del personal	3. ¿El personal que labora en la empresa tiene apariencia presentable y limpia?			✓		✓		✓		✓		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?			✓		✓		✓		✓		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa			✓		✓		✓		✓		

			muestran interés por resolverlo?			✓		✓		✓		✓		
		- Horario establecidos	7. ¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?			✓		✓		✓		✓		
Capacidad de respuesta		- Atienden con rapidez	9. ¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?			✓		✓		✓		✓		
		- Ayudar al cliente	10. ¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuesto ayudar a los clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Momento Oportuno	11. ¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?			✓		✓		✓		✓		
		- Comunicación a los clientes	12. ¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?			✓		✓		✓		✓		
Seguridad		- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal de la empresa le trasmite confianza?			✓		✓		✓		✓		
		- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			✓		✓		✓		✓		
		- Extintores de seguridad	15. ¿La empresa cuenta con extintores de seguridad?			✓		✓		✓		✓		
		- Cámaras de seguridad	16. ¿La empresa cuenta con cámaras de seguridad?			✓		✓		✓		✓		
		- Atención personalizada	17. ¿El trabajador de la empresa brinda atención			✓		✓		✓		✓		

	Empatía		personalizada a sus clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Horario conveniente	18. ¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Intereses de sus clientes	19. ¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?			✓		✓		✓		✓		
		- Comprende necesidades específicas	20. ¿La empresa comprende tus necesidades específicas?			✓		✓		✓		✓		
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato de empleados	1. ¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?			✓		✓		✓		✓		
		- El personal que labora se identifica	2. ¿Percibe que la empresa se identifica con usted?			✓		✓		✓		✓		
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Confianza con la empresa	4. ¿Usted tiene confianza con la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	Expectativa del cliente	- Necesidades del cliente	5. ¿El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Respeto el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?			✓		✓		✓		✓		

	- Expectativas del cliente	8. ¿Cumple con las expectativas de atención del cliente?			✓		✓		✓		✓		
Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?			✓		✓		✓		✓		
	-Horario establecido	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	- Brindar servicios	11. ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?			✓		✓		✓		✓		
	- Instalaciones física de la empresa	12. ¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?			✓		✓		✓		✓		

Firma del validador.....   
 Nombres y Apellidos..... Jhón Ramiro Zúñiga  
 Grado Académico..... Magister  
 DNI..... 05274392  
 N° de Celular..... 983546642  
 Fecha..... 04/06/20

## Anexo nº 04: Matriz de Validación del instrumento de investigación

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**

**Autora: Br. Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito**

Variables	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta		Criterio de evaluación								
				Si	No	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción de respuesta		Observación y/o recomendación
						Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	- Equipos cómputo	1. ¿Cuenta con máquinas y equipos de cómputo la Empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa es atractivo?			✓		✓		✓		✓		
		- Presentación del personal	3. ¿El personal que labora en la empresa tiene apariencia presentable y limpia?			✓		✓		✓		✓		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, folletos) relacionado con el servicio que presta la empresa es visualmente atractivos?			✓		✓		✓		✓		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo la empresa promete algo en cierto tiempo lo realiza?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la empresa			✓		✓		✓		✓		

		muestran interés por resolverlo?			/		✓		/		/		
		- Horario establecidos	7. ¿La empresa cumple con el horario establecido con el cliente?			/		✓		/		/	
		- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que la empresa presta el servicio que usted esperaba?			/		✓		/		/	
	Capacidad de respuesta	- Atienden con rapidez	9. ¿Los trabajadores de la empresa te atienden con rapidez?			/		✓		/		/	
		- Ayudar al cliente	10. ¿Los trabajadores de la empresa siempre están dispuesto ayudar a los clientes?			/		✓		/		/	
		- Momento Oportuno	11. ¿El empleado de la empresa absuelve tu pregunta en momento oportuno?			/		✓		/		/	
		- Comunicación a los clientes	12. ¿Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización de un servicio?			/		✓		/		/	
	Seguridad	- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal de la empresa le trasmite confianza?			/		✓		/		/	
		- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			/		✓		/		/	
		- Extintores de seguridad	15. ¿La empresa cuenta con extintores de seguridad?			/		✓		/		/	
		- Cámaras de seguridad	16. ¿La empresa cuenta con cámaras de seguridad?			/		✓		/		/	
		- Atención personalizada	17. ¿El trabajador de la empresa brinda atención			/		✓		/		/	

	Empatía		personalizada a sus clientes?			/		/		/		/		
		- Horario conveniente	18. ¿La empresa ofrece horarios convenientes para los clientes?			/		/		/		/		
		- Intereses de su clientes	19. ¿La empresa se preocupa por los intereses de sus clientes?			/		/		/		/		
		- Comprende necesidades específicas	20. ¿La empresa comprende tus necesidades específicas?			/		/		/		/		
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato de empleados	1. ¿El trato de los empleados con los usuarios es considerado amable?			/		/		/		/		
		- El personal que labora se identifica	2. ¿Percibe que la empresa se identifica con usted?			/		/		/		/		
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece la empresa?			✓		✓		✓		✓		
		- Confianza con la empresa	4. ¿Usted tiene confianza con la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	Expectativa del cliente	- Necesidades del cliente	5. ¿El servicio que presta esta empresa se adapta a las necesidades del cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Respeto el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para realizar transacción económica con el cliente?			✓		✓		✓		✓		
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés la empresa en solucionar situaciones que presenta el cliente?			✓		✓		✓		✓		

Niveles de satisfacción	- Expectativas del cliente	8. ¿Cumple con las expectativas de atención del cliente?			✓		✓		✓		✓		
	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted a la empresa se justifica?			✓		✓		✓		✓		
	-Horario establecido	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de la empresa?			✓		✓		✓		✓		
	- Brindar servicios	11. ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?			✓		✓		✓		✓		
	- Instalaciones física de la empresa	12. ¿Te sientes satisfecho con las instalaciones físicas de la empresa?			✓		✓		✓		✓		

Firma del validador.....  
 Nombres y Apellidos..... *Ferry Deland Rojas Medina*  
 Grado Académico..... *Doctor*  
 DNI..... *21548918*  
 N° de Celular..... *945906538*  
 Fecha..... *07/06/2020*

**Anexo nº 05:**  
**CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION**

**Variable: Calidad de servicio**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Ítems</b>
<b>0,969</b>	<b>20</b>

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,969 por ende, el instrumento es confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 10 de Junio del 2020



.....  
**Validador**  
**D.r Percy Orlando Rojas Medina**

**BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO (Prueba piloto)**

N <sup>o</sup>	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12	Items13	Items14	Items15	Items16	Items17	Items18	Items19	Items20
1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2
2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
10	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2
11	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Programa SPSS.V.22 1: NO 2: SI

## EVIDENCIAS DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Visor interface. The main window shows the following content:

```

GET
  FILE='E:\PROFE HP\D\UPP\TESIS CIELITO\confiabilidad.2.sav'.
DATASET NAME Conjunto_de_datos1 WINDOW=FRONT.
RELIABILITY
  /VARIABLES=item1 item2 item3 item4 item5 item6 item7 item8 item9 item10 item11 item12 item13 item14 item15 item16 item17 item18 items
  19 items20
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
  
```

**Fiabilidad**

[Conjunto\_de\_datos1] E:\PROFE HP\D\UPP\TESIS CIELITO\confiabilidad.2.sav

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total		22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,969	20

The left sidebar shows a tree view with the following items: ritmo, idad, títulos, Notas, Conjunto de datos activo, Escala: ALL VARIABLES, Títulos, Resumen de procesamiento de casos, and Estadísticas de fiabilidad. The bottom status bar indicates 'IBM SPSS Statistics Processor está listo' and 'Unicode:ON'. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar and system tray with the time 6:25 a. m. on 27/10/2020.

## CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

**Variable: Satisfacción del cliente**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,943	12

**Interpretación:** El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,943 por ende, el instrumento es confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, 10 de Junio del 2020



.....  
**Validador**  
**D.r Percy Orlando Rojas Medina**

N°	Items1	Items2	Items3	Items4	Items5	Items6	Items7	Items8	Items9	Items10	Items11	Items12
1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1
2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2
10	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1
11	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
17	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1

Fuente: Programa SPSS.V.22 1: NO 2: SI

# EVIDENCIAS DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode: ON | H: 86, W: 202 pt

6:28 a. m. 27/10/2020

Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Fiabilidad
  - Notas
  - Escala: ALL VARIABLE
  - Logaritmo
  - Fiabilidad
    - Títulos
    - Notas
    - Escala: ALL VARIABLE
    - Títulos
    - Resumen de Estadísticas

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Items21 items22 items23 items24 items25 items26 items27 items28 items29 items30 items31 items32
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

→ **Fiabilidad**

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	12

Anexo nº 06:  
EVIDENCIAS

**CARTA DE PRESENTACION**

Señor (a) Doctor, Jaime Augusto Rojas Elesecano

**Presente**

**ASUNTO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO EXPERTOS**

Me es muy grato comunicarme con Usted para expresarle mi saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo exalumnas **Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito** de la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el Título de Licenciado en Administración De .Negocios

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**” y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Contabilidad y/o investigación.

El expediente de validación que le hago llegar aparte contiene:

- 1.- Matriz de Consistencia
- 2.- Operacionalización de variables
- 3.- Matriz de validación
- 4.- Instrumento de investigación

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

  
.....  
**Bach. Utia Pinedo, Rut Noemí**

  
.....  
**Bach. Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito**

  
04-06-2020

## CARTA DE PRESENTACION

Señor (a) Ma Lila Ramirez Zumaeta

### Presente

### **ASUNTO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO EXPERTOS**

Me es muy grato comunicarme con Usted para expresarle mi saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo exalumnas **Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito** de la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el Título de Licenciado en Administración De .Negocios

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**” y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Contabilidad y/o investigación.

El expediente de validación que le hago llegar aparte contiene:

- 1.- Matriz de Consistencia
- 2.- Operacionalización de variables
- 3.- Matriz de validación
- 4.- Instrumento de investigación



06/06/20

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente



Bach. Utia Pinedo, Rut Noemí



Bach. Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito

## CARTA DE PRESENTACION

Señor (a)

*D.r. Rojas Medina, Percy Arlando*

**Presente**

**ASUNTO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO EXPERTOS**

Me es muy grato comunicarme con Usted para expresarle mi saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo exalumnas **Utia Pinedo, Rut Noemí y Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito** de la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y optar el Título de Licenciado en Administración De .Negocios

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región Ucayali, 2020**” y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Contabilidad y/o investigación.

El expediente de validación que le hago llegar aparte contiene:

- 1.- Matriz de Consistencia
- 2.- Operacionalización de variables
- 3.- Matriz de validación
- 4.- Instrumento de investigación

*Rojas Medina*  
2007/06/2020

Expresándole nuestro sentimiento de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente



Bach. Utia Pinedo, Rut Noemí



Bach. Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito



"Año De la Universalización de la Salud"

Solicito: Aplicación de encuesta

SEÑOR: PERCY NARVASTA RENGIFO

S.G

Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito y Utia Pinedo, Rut Noemí, exalumnas de la Universidad Privada de Pucallpa, me presento ante usted para exponer lo siguiente:

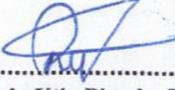
Que, siendo el título de mi trabajo de investigación: "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa maderera Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L en la provincia de Coronel Portillo Región-Ucayali, 2020", Solicito a usted me conceda el permiso para aplicar la encuesta en su empresa Extracción Amazónica Narvasta E.I.R.L que usted preside, habiendo sido seleccionado como campo de estudio.

Esperando, a usted me conceda el permiso correspondiente y agradecer por anticipado su gentil colaboración.

EXTRACCIONES AMAZONICAS NARVASTA EIRL  
-----  
Percy Narvasta Rengifo  
GERENTE

Pucallpa, 06 de Noviembre del 2020

  
-----  
Bach. Zumaeta Arriaga, Grecia Cielito

  
-----  
Bach. Utia Pinedo, Rut Noemí

## FOTOS



**Realizando encuesta al cliente de la empresa.**



**Aplicando encuesta a usuarios que acuden a la empresa.**



**Leyendo las preguntas a responder por la representante del grupo de investigación al usuario que acude a la empresa.**

