



UPP
Universidad Privada de Pucallpa

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS.
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

TESIS:

**Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio
Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región
Ucayali, 2018**

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

AUTORES:

**Manguinury Valles, Loren Nicole
Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie**

ASESOR:

Mg. Lila Ramírez Zumaeta

LINEA DE INVESTIGACION:

Gestión y desarrollo organizacional

Sub línea:

Administración de la calidad total

**UCAYALI - PERU
2019**

JURADO EVALUADOR

Presidente

Secretaria

Vocal

Asesor

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación dedico a mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de todo de mi carrera universitaria.

Loren

Este trabajo de investigación dedico a mis padres Decio y Teodora que me apoyaron de manera incondicional y permitió formarme como profesional.

Grecia

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecemos a dios, por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades.

También agradecemos a mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a la Universidad Privada de Pucallpa, por brindarme la oportunidad de formarme como profesional y aportar a mi región.

Al gerente de la empresa Gimnasio Doble A Fitness por brindar la oportunidad de realizar el trabajo de investigación y clientes que asisten al Gimnasio.

Loren y Grecia

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD



COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD
DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS CONTABLES

Constancia de Originalidad de trabajos de Investigación

Pucallpa, 25 de julio del 2019

Yo, **NANCY PAOLA CHUMBES LICAS**, informo a la decanatura y a quien corresponda que se presentó la tesis titulada "**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL GIMNASIO DOBLE A FITNESS EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO REGIÓN UCAYALI, 2018**" perteneciente a las bachilleres **LOREN NICOLE MANGUINURY VALLES Y GRECIA STEFANIE USHÑAHUA HERRERA** de la Facultad de Administración y Ciencias Contables, de la Escuela Profesional de Administración de Negocios, que tiene la aceptación de esta coordinación de investigación, que realiza la verificación de coincidencia y antiplagio, habiendo obtenido un resultado de similitud **29.0%** según el informe del Software Antiplagio Plag Scan. Así como el compromiso correspondiente de las bachilleres **LOREN NICOLE MANGUINURY VALLES Y GRECIA STEFANIE USHÑAHUA HERRERA** de mejora de la tesis si es que lo necesitara.

Por lo que se considera que las bachilleres podrán continuar con el trámite de sustentación de tesis. Es todo por informar a su despacho.

Nancy Paola Chumbes Licas

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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018; el diseño de la investigación es no experimental y el tipo es descriptivo correlacional, el tipo de muestreo utilizado es el muestreo aleatorio simple, la población fue de 320 clientes y la muestra de 175 clientes de la empresa, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el 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 total de los encuestados refieren que existe una relación significativa entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente. Para la prueba de hipótesis se aplicó el estadístico Chi cuadrado, obteniéndose un valor de 0.97674 y un p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, por lo tanto se acepta la hipótesis del investigador y se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%, y se concluye que existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

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 of the Double A Fitness gym in the province of Coronel Portillo, Ucayali region, 2018; the research design is non-experimental and the type is descriptive correlational, the type of sampling used is simple random sampling, the population was 320 clients and the sample of 175 clients of the company, the technique used was the survey and the The instrument consists of the questionnaire consisting of 20 items and 05 dimensions of the service quality variable and the customer satisfaction variable with 12 items and 03 dimensions. The results obtained from the total of those surveyed refer that there is a significant relationship between the variable quality of service and the variable customer satisfaction. For the hypothesis test, the Chi square statistic was applied, obtaining a value of 0.97674 and a p value = 0.00 <0.01, that is, it is highly significant, therefore the researcher's hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected with a significance level of 1%, and it is concluded that there is a significant relationship between quality of service and customer satisfaction of the Doble A Fitness gym in the province of Coronel Portillo, Ucayali region, 2018.

Keyword: Quality of service and customer satisfaction

ÍNDICE

	Pág.
Jurado evaluador.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Constancia de originalidad.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Índice.....	viii
Introducción.....	xiii
CAPITULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del problema.....	01
1.2 Formulación del problema.....	02
1.2.1. Problema General.....	02
1.2.2. Problema específico.....	02
1.3 Formulación del objetivo.....	03
1.3.1. Objetivo general.....	03
1.3.2. Objetivo específicos.....	03
1.4 Justificación de la investigación.....	03
1.5 Delimitaciones del estudio.....	04
1.6 Viabilidad del estudio.....	04
CAPITULO II. MARCO TEORICO	
2.1 Antecedentes del problema.....	05
2.2 Bases teóricas.....	08
2.3 Definición de términos básicos.....	16
2.4 Formulación de hipótesis.....	18
2.4.1 Hipótesis general.....	18
2.4.2 Hipótesis específicas.....	18
2.5 Variables.....	19
2.5.1. Definición conceptual de la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	19

2.5.2. Definición operacional de la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	20
2.5.3. Operacionalización de la variable.....	21
CAPITULO III. METODOLOGIA	
3.1 Diseño de la investigación.....	22
3.2 Población y muestra.....	23
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.4 Validez y confiabilidad del instrumento.....	25
3.5 Técnicas para el procesamiento de la información.....	25
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1 Presentación de resultados.....	26
4.2 Discusión.....	40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	45
ANEXOS	
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	51
Anexo 2: Instrumento de Investigación.....	53
Anexo 3: Operacionalización de variables.....	56
Anexo 4: Validación de instrumentos de investigación.....	58
Anexo 5: Confiabilidad del instrumento de investigación.....	70
Anexo 6:Evidencias.....	74

INDICE DE TABLAS

Tabla N°01	Nivel de calidad de servicio del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	26
Tabla N°02	Nivel de satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	27
Tabla N°03	Relación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	28
Tabla N°04	Relación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	29
Tabla N°05	Relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	30
Tabla N°06	Relación entre la dimensión seguridad de respuesta y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	31
Tabla N°07	Relación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	32
Tabla N°08	Relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.....	33
Tabla N°09	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	34
Tabla N°10	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente.....	35

Tabla N°11	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente.....	36
TABLA N°12	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente.....	37
TABLA N°13	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente.....	38
TABLA N°14	Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente.....	39

INDICE DE FIGURAS

Figura N°01	Modelo SERVQUAL.....	12
Figura N°02	Variable Calidad de servicio.....	21
Figura N°03	Variable Satisfacción del cliente.....	21
Figura N°04	Dimensión Elementos tangibles.....	21
Figura N°05	Dimensión fiabilidad.....	21
Figura N°06	Dimensión Capacidad de respuesta.....	21
Figura N°07	Dimensión Seguridad.....	21
Figura N°08	Dimensión Empatía.....	21
Figura N°09	Variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.....	21

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación titulado: Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018, tiene relevancia porque hoy en día las empresas busca 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 lo señala Carrasco S. (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, es decir el cliente se debe sentir bien con el servicio brindando que llene sus expectativas para que luego regrese por el servicio.

El gimnasio doble a fitness no es ajeno a esta realidad, gracias a su apertura, tiene posicionamiento adecuado y duradero en el mercado que a un todavía tiene por mejorar algunos aspectos como variación de rutinas, renovación de máquinas, y lo más importante, atreves de una atención.

El objetivo del trabajo de investigación es determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

El trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

CAPITULO I Comprende: Planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos, justificación de la investigación, delimitación de estudio, 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 la 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 realiza la triangulación entre los resultados, teorías y antecedentes.

Finalmente la tesis se culmina con las conclusiones y recomendaciones, que se obtiene de la contratación de las hipótesis y resultados y las recomendaciones se establecen de acuerdo a los objetivos planteados y resultados obtenidos del trabajo de investigación, Asimismo se considera las referencia bibliográficas y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La empresa como centro de acondicionamiento de preparación física llamado DOBLE A FITNESS con los señores propietarios YWONE TUESTA LIMA y JUAN TORRES VARGAS dentro del mercado Ucayalino, creada el 15 de enero del 2016 se estableció con la idea inicial de cubrir las necesidades de las personas dentro de un gimnasio, dándoles un ambiente amplio y ordenado, con máquinas, y servicio casi personalizado.

En el último año la demanda por ir a los gimnasios ha crecido a nivel sudamericano, el 8% de la población de Argentina y Brasil es asidua a estos lugares. En la capital de Perú, Lima, la cifra es aún más alta, el 20% de la población está inscrita en una de ellas. En la región de Ucayali la demanda es de un 12% de la población. En Ucayali hay varios locales que ofrecen un variado de programas de rutinas físicas, se pueden practicar el boxeo, baile, aeróbicos, yoga, spinning, full body, máquinas, pesas, etc.

En este caso se busca que el gimnasio doble a fitness, gracias a su apertura, tenga un posicionamiento adecuado y duradero en el mercado que a un todavía tiene por mejorar algunos aspectos como variación de rutinas, renovación de máquinas, y lo más importante, atreves de una atención y

asesoría personalizada por los profesionales en los entrenamientos, es decir brindar a los clientes un buen servicio que redunde en la satisfacción del cliente. Frente a esta problemática descrita se plantea ¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

¿Cuál es la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

¿Cuál es la relación entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

¿Cuál es la relación entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?

1.3 Formulación de Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Establecer la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la relación entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Determinar la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Determinar la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Determinar la relación entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Determinar la relación entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación nos motivó a conocer la calidad de servicio que presta el gimnasio Doble A Fitness. que se refleja en la satisfacción o insatisfacción del cliente, desde esa realidad plantear algunas recomendaciones para el buen servicio del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018, se justifica teóricamente

ya que existe vacíos de conocimientos, mediante nuestra investigación contribuiremos a enriquecer o refutar a las teorías que ya existen, se justifica socialmente porque permitirá identificar la problemática relacionada calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness que además plantearemos alternativas de solución, y se justifica en lo práctico porque se quiere brindar un buen servicio de calidad ante los clientes de manera que se sientan satisfechos del servicio prestado y en lo metodológico se justifica porque nos permitirá elaborar nuevos instrumentos para futuras investigaciones

1.5 Delimitación del estudio

El trabajo de investigación se realizó en el gimnasio Doble A Fitness ubicado en la Jr. Augusto B. Leguía N°880 de la provincia de Coronel Portillo región Ucayali entre los meses de setiembre del 2018 – abril del 2019, en lo teórico se consideró como estudio de variables calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en lo social la técnica que utilizó como parte de la investigación con el fin de recoger la información son las encuesta a los usuarios que asisten al gimnasio Doble A Fitness.

1.6. Viabilidad del estudio

Nuestro trabajo de investigación es viable porque disponemos de tiempo y de información para la ejecución de la investigación en lo técnico se ha considerado 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 tésistas, Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie fue posible realizarlo porque no requiere de una 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

Requena, M. y Gabriela, S. (2007), realizo la investigación titulada: “Calidad de servicio desde la perspectiva 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. El autor concluye:

En la calidad de servicio prestado por las empresas cazadoras de talento hacia los clientes podemos observar que en la dimensión tangibilidad, el 60% de encuestados están muy de acuerdo con equipos, personal, materiales, que existe, seguido de la dimensión garantía el 80% refieren están muy de acuerdo y el 76,7% están de acuerdo con los conocimientos, cortesía de los empleados y capacidad de influir confianza y la dimensión empatía el 100% están muy de acuerdo con el gerente y la organizaciones se ubican en 63,3% en de acuerdo.

Se puede corroborar que la palabra calidad de servicio encierra varios factores que se desarrolla de manera articulada, que se refleja en la satisfacción del cliente.

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.” arribó a la conclusión que los clientes de esta organización se encuentran con alto grado de satisfacción. Se puede inferir que la calidad de servicio que presta esta empresa satisface las expectativas del cliente

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, arribó a la siguiente conclusión:

Las principales causas de insatisfacción presentes son compartidas por las marcas, dejando ver que estos problemas no solo tienen que ver con la forma en que una empresa particular enfrenta las expectativas de servicios, sino que con la forma en que hasta ahora la industria ha interactuado con los clientes. Se ha detectado problemas como en la entrega de los vehículos y nivel de burocracia hablan de una industria que por diversos motivos, las expectativas del cliente no están del todo ajustadas con los desempeños posibles reales.

La insatisfacción del cliente se presenta no solo por la empresa que vende el producto sino por tercera personas que incumplen con la empresa

2.1.2 Antecedente Nacional

Fernández, I. (2012), en su tesis titulada “Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú”. Para obtener el título profesional de Ingeniero de las Telecomunicaciones, de Pontífice Universidad Católica del Perú. El autor arribó a las siguientes conclusiones:

Es necesario proteger los intereses de los usuarios o clientes

de los servicios de telecomunicaciones, promoviendo la competencia leal y buscar un equilibrio entre las inversiones que los operadores realizan y el grado de satisfacción de los usuarios / cliente.

Cóndor, B. y Durand, F. (2017), en su tesis titulado “Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios del Gimnasio Iron Gym Huancayo – 2013”. Para obtener el título de Licenciado en Administración de la Universidad nacional del centro del Perú. Huancayo. En su trabajo de investigación arribaron a las siguientes conclusiones:

- La calidad de servicio influye en la satisfacción de los usuarios del Gimnasio Iron Gym de manera directa. Asimismo el 89% de la variación de la satisfacción del usuario esta explicada por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas.
- Las dimensiones confiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios del Gimnasio Iron Gym

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”. Para optar el título profesional Licenciado en Administración de negocios, en su trabajo de investigación arribaron a la siguiente conclusión: La calidad de servicio influye en las ventas de la mueblería “El triunfo” de manera directa y el 87% de la variación de las ventas esta explicada por la calidad de servicio y el resto está explicado por otras variables no estudiadas.

2.1.3 Antecedente Local

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, 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.

Lozano, R. (2015), en su tesis de investigación: "Servicio al cliente de los restaurantes típicos regionales en el distrito de Yarinacocha, departamento de Ucayali – 2015". Para obtener el grado de Magister en gestión Pública en la Universidad Nacional de Ucayali, arribo a las siguientes conclusiones: El 78% no están de acuerdo con la atención de calidad que se brinda en los restaurantes típicos regionales de Yarinacocha, 59,6% considera que es necesario conocer la opinión de del cliente con respecto al nivel de servicio que brinda los restaurantes. Asimismo el 72,9% afirman que se debería evaluar las condiciones del ambiente de los restaurantes típicos regionales de Yarinacocha.

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. 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 1% (99,9% de confianza en que la correlación sea verdadera y 0.01% de probabilidad de error.

2.2 Bases teóricas

Se consideró algunos referentes teóricos que define las variables en estudio y teorías o enfoque que fundamente las variables, a continuación.

2.2.1 Definición de la variable Calidad de servicio

Veamos que es calidad, según Deming, E. (1989), 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, M.(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, B. (1988), 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, C. (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, K. (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 S. (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, P. y Armstrong, G. (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 Díaz (2009), son niveles de cumplimiento de requisitos de los servicios y productos que el cliente o consumidor hace preferencia.

Stanton, J. Etzrael, J. y Wilker, J. (2007), 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, C. y Wirtz, J. (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

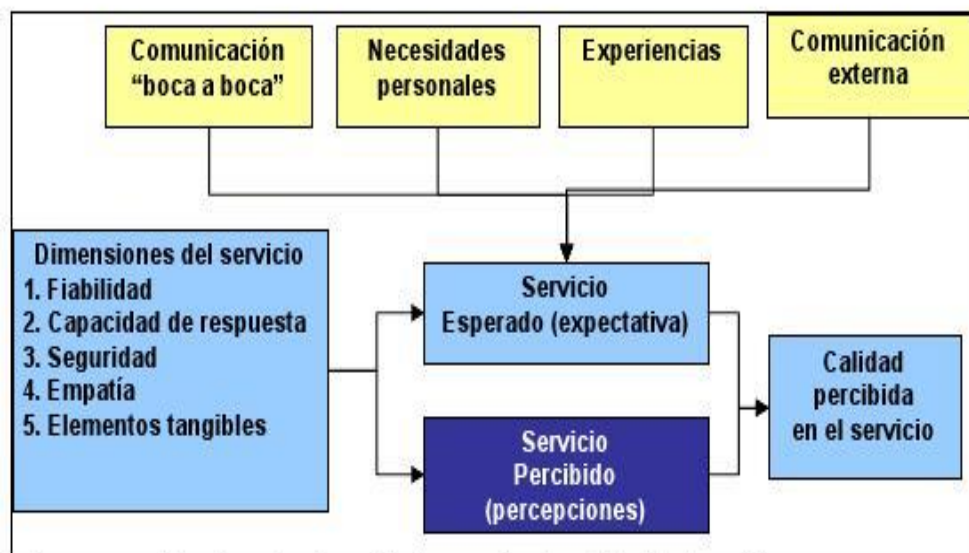
El modelo de la escuela americana indica la diferencia del nivel de servicio esperado y la percepción que tiene el cliente sobre el nivel de servicio que ha recibido. Este modelo fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), partiendo de un modelo de calidad de servicio y ampliado posteriormente,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

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

2.2.4. Dimensiones de calidad de servicio

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

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

Los indicadores son: instalaciones físicas, comprende ubicación de las distintas maquinas, puestos de trabajo, áreas de servicio al cliente, almacenes, oficinas y flujo de materiales de comunicación.

- **Fiabilidad**, se refiere habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Los indicadores de fiabilidad está relacionado cuando se promete algo en cierto tiempo y lo realiza, muestra interés en resolverlo y presta el servicio que usted espera.
- **Capacidad de respuestas**, se refiere disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlo de un servicio rápido.

Los indicadores están relacionado con la rapidez de atención al cliente, absuelve su pregunta en momento oportuno.

- **Seguridad**, se refiere a la inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

Los indicadores de seguridad están relacionado con el comportamiento del personal que transmite confianza, conocimiento suficiente para responder a sus preguntas, cuenta con extintores de seguridad y cámaras de seguridad.

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

Los indicadores de empatía están relacionado con la preocupación del cliente, se sienta cómodo, se brinda atención personalizada.

2.2.5. Definición de la variable Satisfacción del cliente

Veamos en primer lugar lo que es satisfacción, según: Gremier, Zeithaml, y Bitner (2009), es un juicio de una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo.

A hora veamos lo que es Cliente, Según Prats, D. (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, W. (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, P. y Amstrong, G. (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 quedara muy satisfecho

2.2.6. Mejora del nivel de satisfacción del cliente

Kotler, P. (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.

2.2.7. Enfoque de satisfacción del cliente

2.2.7.1. Modelo Kano

Este enfoque modelo Kano se consideró para respaldar a la variable satisfacción del cliente.

Noriaki 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.
-

2.2.8. Dimensiones de satisfacción del cliente

Se consideró las siguientes dimensiones:

2.2.8.1. Rendimiento percibido

Sevilla, C. (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, Y. (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.

2.2.8.2. Expectativas del cliente

Para Zeithaml y Bitner (2002), citados por Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (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.

2.2.8.3. Niveles de satisfacción

El cliente experimenta tres niveles de satisfacción según Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (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.

2.3 Definición de términos básicos

- **Calidad esperada:** Son características o prestaciones imprescindibles en un producto o servicio. Noriaki Kano (1996).

- **Satisfacción:** es un juicio de una característica del producto o servicio proporciona un nivel placentero de realización relacionada con el consumo. Gremier, Zeithaml, y Bitner (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, W. (2016).
- **Fiabilidad:** Se refiere habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Zeithaml, V, Parasuraman, A. y Berry. L. (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, Zeithaml y Berry (1988)
- **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)
- **Calidad Motivante,** son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar. Noriaki Kano (1996).
- **Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individual que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupan los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario. Parasuraman, Zeithaml y Berry (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. Noriaki 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, C. (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 (2002), citados por Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (2011)

- . **Niveles de satisfacción:** El cliente experimenta tres niveles insatisfacción, satisfacción y complacencia. Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (2011).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

2.4.2 Hipótesis específicas

Ho: No existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Ho: No existe relación significativa entre elementos fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre elementos fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Ho: No existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Ho: No existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Ho: No existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hi: Existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

2.5. Variables

2.5.1. Definición conceptual de la variable

Variable calidad de servicio

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), ellos 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 aspecto la tangibilidad (Instalaciones física, equipos, personal y materiales e 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)

Variable satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es el estado de ánimo de un cliente, se compara con el rendimiento percibido del producto o servicio y sus expectativas 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. Díaz, W. (2016)

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. (Hoffman y Bateson, 2011). Lo que se pretende es determinar el grado de calidad de servicio que se le brinda a los clientes

Variable: Satisfacción del cliente

Son características que tienen un producto o servicio que cumple el requerimiento del usuario. (Gremier, Zeithaml, y Bitner 2009). Lo que se pretende medir es la satisfacción que sienten los clientes al acudir al gimnasio doble A Fitness.

2.5.3. Operacionalización de la variable

Variable: Calidad de servicio

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala
		N°	Contenido	
Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Máquinas y equipos - Instalaciones física - Presentación del instructor - Materiales atractivos 	1	- ¿Las máquinas y equipos del gimnasio son moderno?	Nominal 1: No 2: Si
		2	- ¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?	
		3	- ¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia?	
		4	- ¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionado con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?	
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo - Muestra interés - Horario establecidos - Servicio que esperaba 	5	- ¿Cuándo el gimnasio promete algo en cierto tiempo lo realiza?	
		6	- ¿Cuándo usted tiene un problema en el gimnasio muestran interés por resolverlo?	
		7	- ¿El gimnasio cumple con el horario establecido con el cliente?	
		8	- ¿Tiene la certeza que el gimnasio presta el servicio que usted esperaba?	
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Atienden con rapidez - Orienta en la utilización de maquinas - Momento Oportuno - Inicio y termino de entrenamiento 	9	- ¿Los instructores te atienden con rapidez?	
		10	- ¿El instructor orienta en la utilización de las maquinas?	
		11	- ¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno?	
		12	- ¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?	
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Transmite confianza - Conocimiento suficiente - Extintores de seguridad - Cámaras de seguridad 	13	- ¿El comportamiento del personal le trasmite confianza?	
		14	- ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?	
		15	- El gimnasio cuenta con extintores de seguridad?	
		16	- ¿El gimnasio cuenta con cámaras de seguridad?	
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Horario conveniente - El instructor está atento de corregir. - El personal se preocupa por usted 	17	- El gimnasio brinda atención personalizada	
		18	- ¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted?	
		19	- ¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las maquinas?	
		20	- ¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa por usted, se sienta cómodo?	

Variable: Satisfacción del cliente

Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala
		N°	Contenido	
Rendimiento percibido	<ul style="list-style-type: none"> - El trato con instructores - El personal que labora e identifica - Ambiente físico - Máquinas y equipos 	1	- ¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?	Nominal 1: No 2: Si
		2	- ¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?	
		3	- ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?	
		4.	- ¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?	
Expectativa del cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Brinda lo esperado - Respeta el tiempo - Muestra interés en solucionar - Cumple con las expectativas del cliente 	5	- ¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?	
		6	- ¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?	
		7	- ¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?	
		8	- Cumple con las expectativas de atención del cliente	
Niveles de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> - El servicio que paga se justifica - Horario establecidos - Brindan servicios - Brindan servicio más lo que esperaba 	9	- ¿El servicio que paga usted justifica lo que brinda el gimnasio?	
		10	- ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?	
		11	- ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?	
		12	- ¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?	

Fuente: Propia

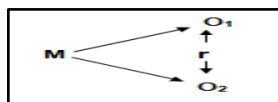
CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental según Oseda, D (2008), no se aplica estímulo alguno con el fin de cambiar el comportamiento de alguna variable. y el tipo de investigación es descriptivo – correlacional, según Sánchez, H. y Reyes, C. (2009), porque se orienta a determinar grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujetos o el grado de relación existente entre dos eventos observados.

Según Ávila, A.(2001), es transversal por que estudian aspectos de desarrollo de los sujetos en un momento dado. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), el método de investigación utilizado es el método deductivo, ya que parte de una situación general explicado por un marco teórico general y se aplica en un caso concreto de la variable de estudio de calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Por lo tanto la investigación tiene un diseño no experimental y su nivel es correlacional, Según Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010), el I diagrama es el siguiente:



Donde:

M = Usuarios o clientes que asisten al gimnasio Doble A Fitness

O1 = Calidad de servicio

r = Significa relación

O2= Satisfacción del cliente

3.2. Población y muestra

3.2.1 Población

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

Estuvo conformado por 245 usuarios que asisten del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. que comparte ciertas características comunes.

3.2.2 Muestra

Sierra, B. (1988), define como una 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 utilizó fue aleatorio simple

Se trabajó con 150 clientes que asisten a gimnasio Doble A Fitness de los 245 de la población total y se aplicó la siguiente fórmula:

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuando: Z= 1.96
 N= 245
 P= 0.5
 Q= 0.5
 E= 0.05

$$n_0 = \frac{Z^2 N P \cdot Q}{Z^2 P \cdot Q + (N - 1) E^2} = 150$$

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.3.1. Técnica, para el recojo de la información de la variable calidad de servicio y satisfacción, se utilizó como técnica la encuesta.

3.3.2. Instrumento, para la recolección de datos se utilizó como instrumento el cuestionario, la variable calidad de servicio contiene 20 ítems y 05 dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La variable fue desagregada en 20 ítems, cada indicador está representado por un ítem, los cuales están redactados en forma de expresión nominal que permite al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evalúa.

Para la recolección de datos de la variable calidad de servicio se utilizó como instrumento el cuestionario, cada ítems se califica de acuerdo a los índice considerados que son: SI: 2 y NO: 1 y para medir la variable se consideró: el mismo nivel SI (21 y 40 puntos), nivel NO (1 y 20 puntos) y en cada dimensión para medir se estableció las siguientes escalas SI (5 y 8 puntos), nivel NO (1 y 4 puntos)

En la variable satisfacción del cliente contiene 12 ítems y 03 dimensiones: Rendimiento percibido, expectativas del cliente

y niveles de satisfacción. La variable fue desagregada en 12 ítems, cada indicador está representado por un ítem, los cuales están redactados en forma de expresión nominal que permite al investigador reducir significativamente el margen de subjetividad respecto al cuestionario que se evalúa.

Para la recolección de datos de la variable satisfacción del cliente se utilizó como instrumento el cuestionario, cada ítems se califica de acuerdo a los índice considerados que son: SI: 2 y NO: 1 y para medir la variable se consideró: el mismo nivel SI (13 y

24 puntos), nivel NO (1 y 12 puntos) y en cada dimensión para medir se estableció las siguientes escalas SI (5 y 8 puntos), nivel NO (1 y 4 puntos)

3.4. Validez y confiabilidad

3.4.1. Validez

Para la validación de instrumentos de investigación calidad de servicio y satisfacción del cliente, se utilizó el **método de validez de contenido** a través del criterio de jueces, con la petición de que estos manifiestan su opinión sobre la pertinencia y relevancia de los ítems. Los instrumentos fueron presentados a tres expertos con la finalidad de hacer ajustes y verificación, así como variar algunos ítems para su mejor comprensión. Después de la revisión del instrumento, se ha recibido sugerencias de los docentes experto, las cuales se han corregido según sus observaciones y luego aprobaron su aplicación.

3.4.2. Confiabilidad

Se realizó una prueba piloto de los instrumentos de investigación, luego se aplica el análisis de fiabilidad alfa de Cronbach resultando en la variable calidad de servicio 0.967 con 20 ítems y la variable satisfacción del cliente 0,937 con 12 ítems, en ambos altamente confiable para la investigación. Anexo N°04

3.5 Técnicas para el procesamiento de la información

Los datos de las encuestas se transformaron en una data, la misma que aplicando el programa SPSS y Excel, se obtuvo tablas y gráficos estadísticos correspondientes a las preguntas planteadas y contrastación de la hipótesis general y específica con la prueba estadística Chi cuadrado.

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.

TABLA N°01

Nivel de calidad de servicio del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NO	15	10,0
	SI	135	90,0
	Total	150	100,0

Fuente: Propia información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22.

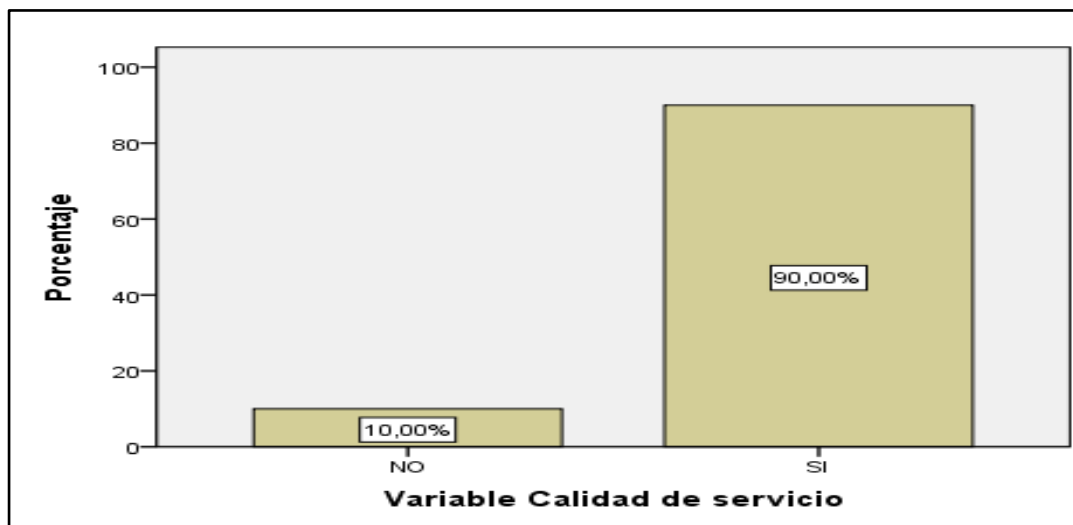


Figura N°02: Variable Calidad de servicio

Interpretación: Se observa de la tabla N°01 y figura N°02 que del total de los encuestados 135 clientes que representan el 90% perciben que si existe calidad de servicio, y 15 clientes que representan el 10% manifiestan que no existe calidad de servicio.

TABLA N°02

Nivel de satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	NO	21	14,0
	SI	129	86,0
	Total	150	100,0

Fuente: Propia información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22.

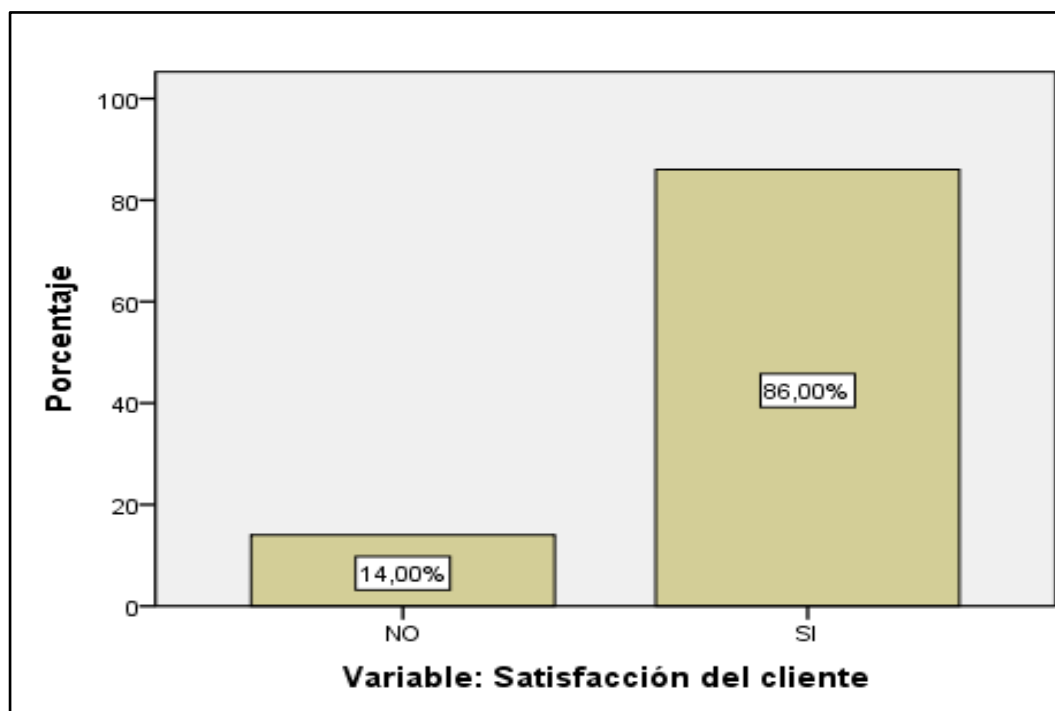


Figura N°03: Variable Satisfacción del cliente
Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°02 y figura N°03 que del total de los encuestados 129 clientes que representan el 86% manifiestan que si están satisfechos con el servicio de la empresa doble A Fitness y 21 clientes

que representan el 14% manifiestan que no están satisfechos con el servicio de la empresa.

TABLA N°03

Relación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

D11*V22 tabulación cruzada					
		<u>Variable: Satisfacción del cliente</u>			
		NO	SI	Total	
Dimensión: Elementos Tangibles	NO	Recuento	21	9	30
		% del total	14,0%	6,0%	20,0%
	SI	Recuento	0	120	120
		% del total	0,0%	80,0%	80,0%
Total		Recuento	21	129	150
		% del total	14,0%	86,0%	100,0%

Fuente: Propia información obtenida de la aplicación de la encuesta y procesado con el programa SPSSV22.

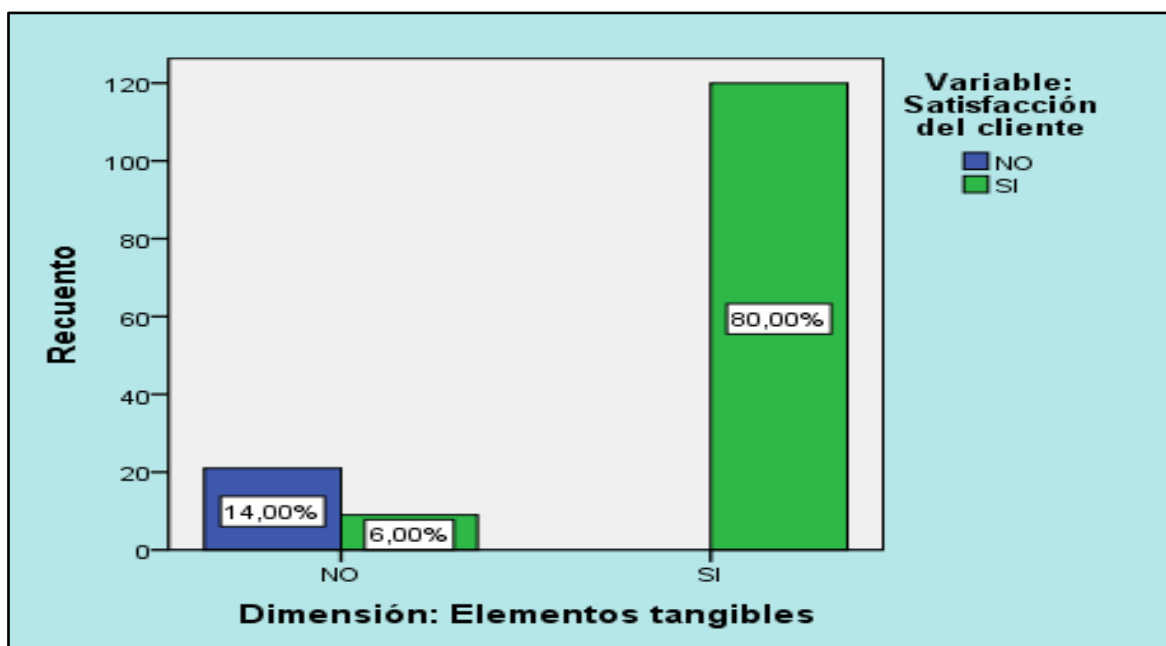


Figura N°04: Dimensión Elementos tangibles

Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°03 y figura N°04 que del total de los encuestados 129 clientes que representan el 86% perciben que los Elementos tangibles si les satisface, y 21 clientes que representan el 14%

manifiestan que los Elementos tangibles no son tan buenos para satisfacer al cliente.

TABLA N°04

Relación entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

D22*V22 tabulación cruzada					
		Variable: Satisfacción del cliente			
			NO	SI	Total
Dimensión: Fiabilidad	NO	Recuento	19	3	22
		% del total	12,7%	2,0%	14,7%
	SI	Recuento	2	126	128
		% del total	1,3%	84,0%	85,3%
Total	Recuento	21	129	150	
	% del total	14,0%	86,0%	100,0%	

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

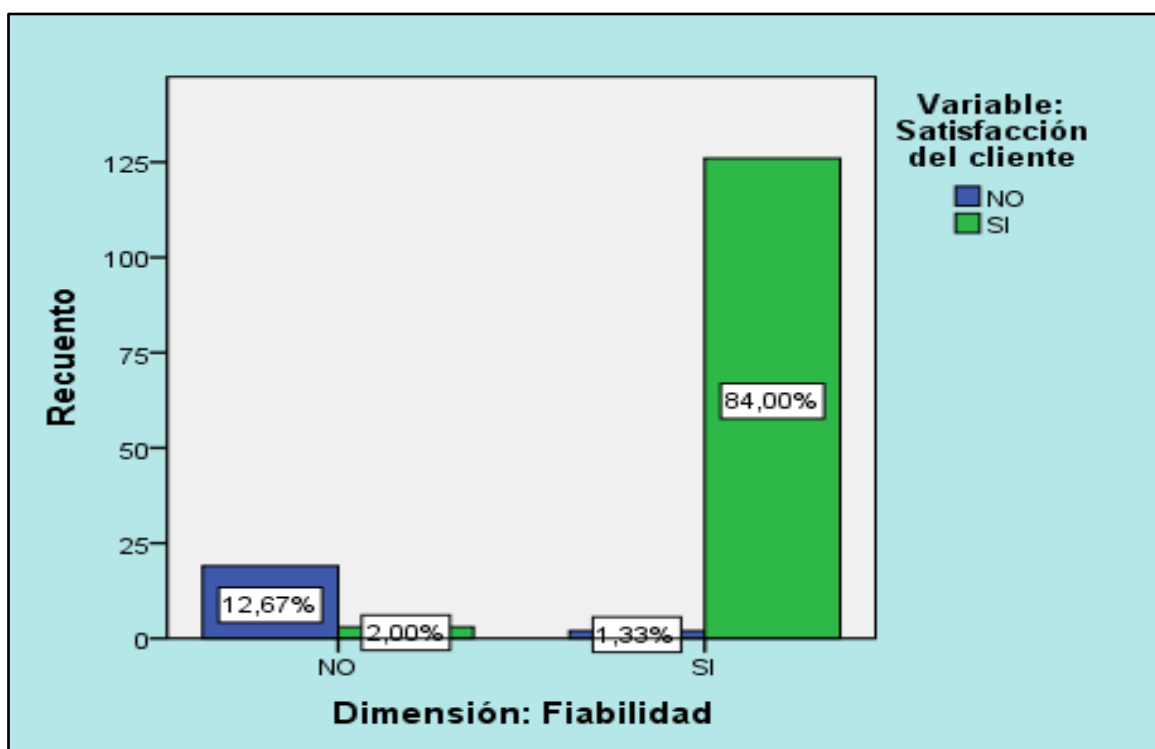


Figura N°05: Dimensión fiabilidad
Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°04 y figura N°05 que del total de los encuestados 131 clientes que representan el 87,33% perciben que la

Fiabilidad si les satisface, y 19 clientes que representan el 12.67% manifiestan que la Fiabilidad es tan buena para satisfacer al cliente.

TABLA N°05

Relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

		D33*V22 tabulación cruzada			
		Variable: Satisfacción del cliente			
			NO	SI	Total
Dimensión: Capacidad de respuesta	NO	Recuento	21	12	33
		% del total	14%	8%	22,0%
	SI	Recuento	0	117	117
		% del total	0,0%	78%	78,0%
Total	Recuento	21	129	150	
	% del total	14,0%	86,0%	100,0%	

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

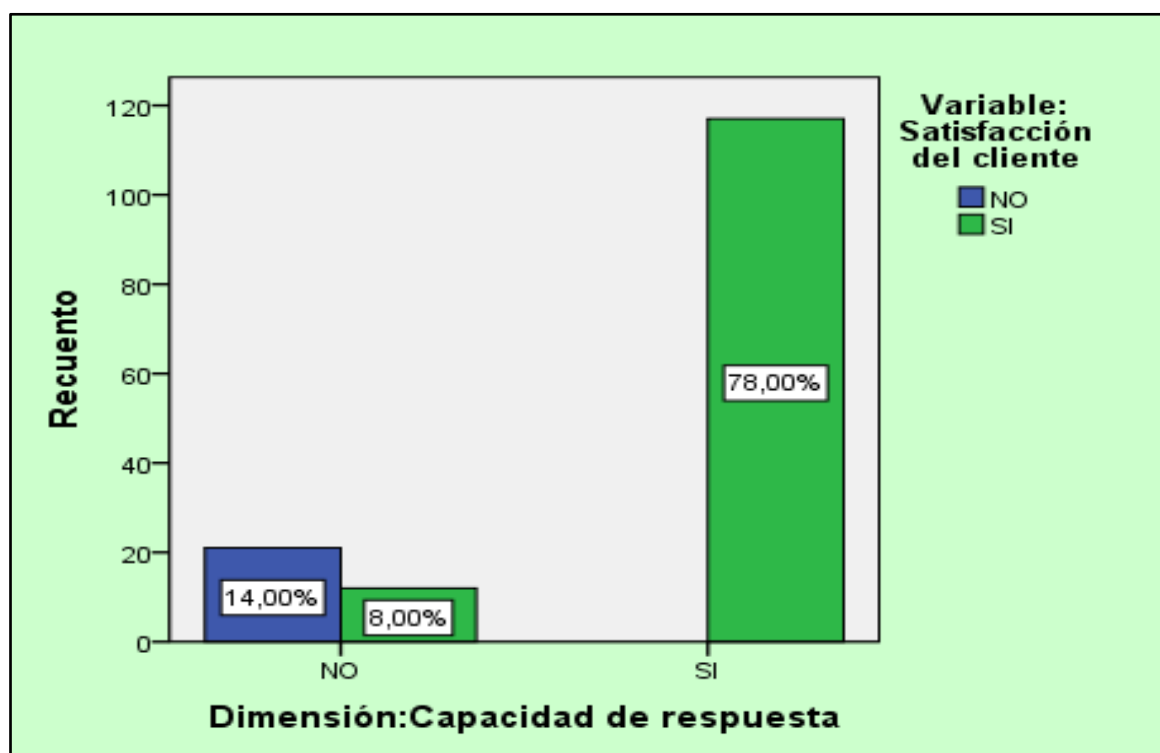


Figura N°05: Dimensión Capacidad de respuesta

Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°05 y figura N°06 que del total de los encuestados 129 clientes que representan el 86% perciben que la

Capacidad de respuesta si les satisface, y 21 clientes que representan el 14% manifiestan que la capacidad de respuesta no es tan buena para satisfacer al cliente.

TABLA N°06

Relación entre la dimensión seguridad de respuesta y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

		D44*V22 tabulación cruzada			
		Variable: Satisfacción del cliente			
		NO	SI	Total	
Dimensión: Seguridad	NO	Recuento	17	9	26
		% del total	11,3%	6,0%	17,3%
	SI	Recuento	4	120	124
		% del total	2,7%	80%	82,7%
Total		Recuento	21	129	150
		% del total	14,0%	86,0%	100,0%

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

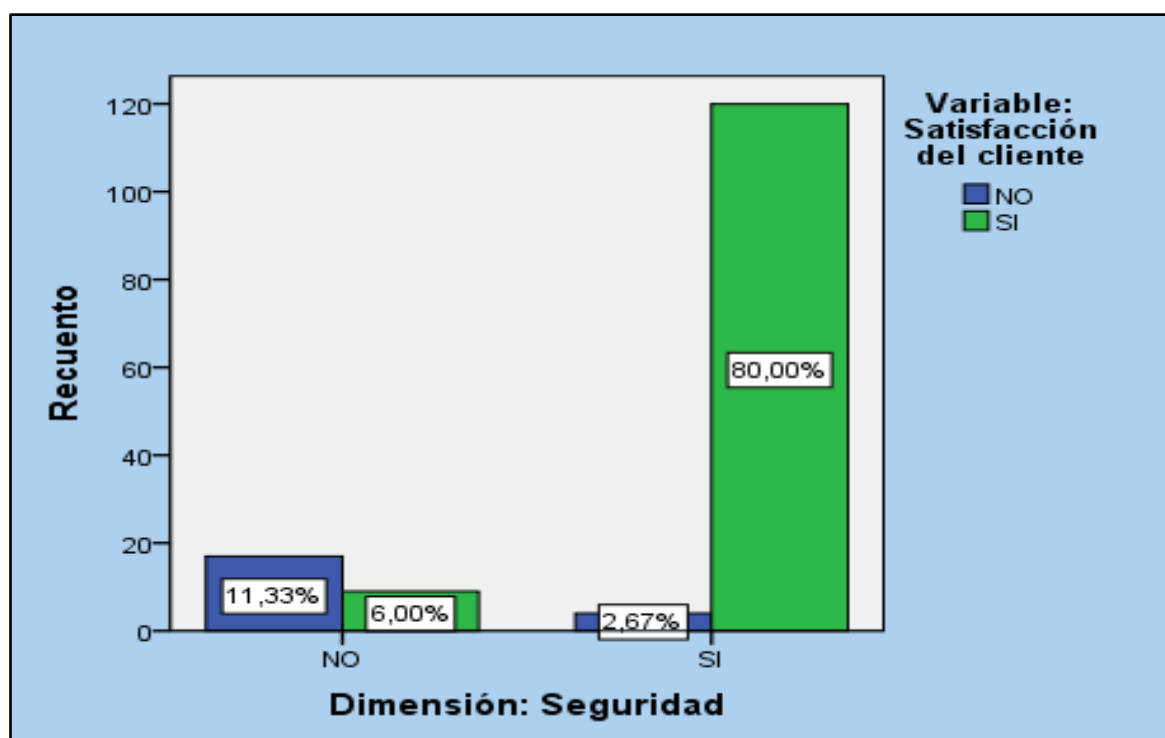


Figura N°07: Dimensión Seguridad
Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°06 y figura N°07 que del total de los encuestados 133 clientes que representan el 88,67% perciben que la

Seguridad si les satisface, y 17 clientes que representan el 11.33% manifiestan que la Seguridad no es tan buena para satisfacer al cliente.

TABLA N°07

Relación entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

		D55*V22 tabulación cruzada			
		Variable: Satisfacción del cliente			
			NO	SI	Total
Dimensión: Empatía	NO	Recuento	21	16	37
		% del total	14%	10,7%	24,7%
	SI	Recuento	0	113	113
		% del total	0,0%	75,3%	75,3%
Total	Recuento	21	129	150	
	% del total	14,0%	86,0%	100,0%	

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

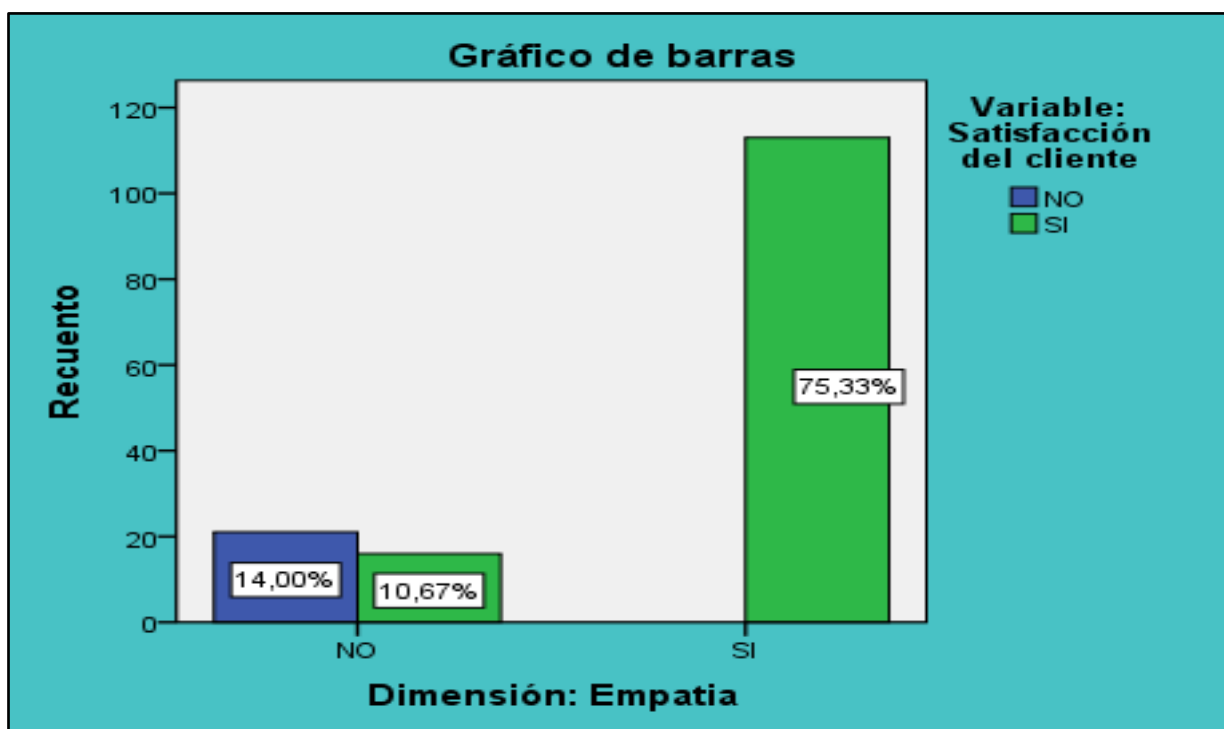


Figura N°08: Dimensión Empatía
Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°07 y figura N°08 que del total de los encuestados 129 clientes que representan el 86% perciben que la

Empatía si les satisface, y 21 clientes que representan el 14% manifiestan que la Empatía no es tan buena para satisfacer al cliente.

TABLA N°08

Relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en el gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

V11*V22 tabulación cruzada					
		Variable: Satisfacción del cliente			
			NO	SI	Total
Variable: Calidad de servicio	NO	Recuento	15	0	15
		% del total	10,0%	0,0%	10%
	SI	Recuento	6	129	135
		% del total	4,0%	86%	90%
Total		Recuento	21	129	150
		% del total	14,0%	86,0%	100,0%

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

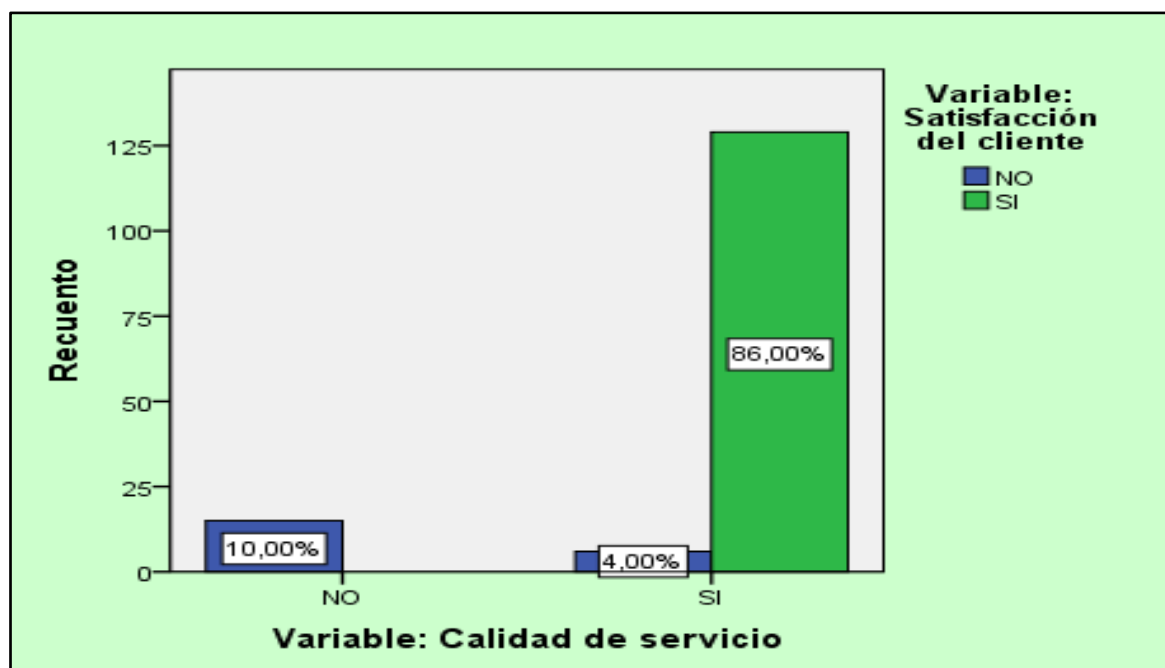


Figura N°09: Variable Calidad de servicio
Fuente: Propia

Interpretación: Se observa de la tabla N°08 y figura N°09 que del total de los encuestados 129 clientes que representan el 86% perciben que la Calidad de servicio si les satisface, y 21 clientes que representan el 14%

manifiestan que la Calidad del servicio no es tan buena para satisfacer al cliente.

PRUEBA DE HIPOTESIS

Hipótesis General

Ho: Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°09

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caros)	Significación exacta (2 caros)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	102,381 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	94,598	1	,000		
Razón de verosimilitud	72,398	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°09, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Hipótesis Específica 1

Ho: No existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°10

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	97,674 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	91,947	1	,000		
Razón de verosimilitud	84,837	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°10, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hipótesis Específica 2

Ho: No existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°11

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	112,129 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	105,196	1	,000		
Razón de verosimilitud	83,359	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°11, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hipótesis Específica3

Ho: No existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°12

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	86,575 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	81,370	1	,000		
Razón de verosimilitud	78,227	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°12, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hipótesis Específica 4

Ho: No existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°13

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	68,974 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	63,907	1	,000		
Razón de verosimilitud	52,606	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°13, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Hipótesis Específica 5

Ho: No existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Ha: Existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

TABLA N°14

Aplicación de la prueba estadística Chi cuadrado entre la dimensión empatía y la variable satisfacción del cliente

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	74,576 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	69,936	1	,000		
Razón de verosimilitud	70,874	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	150				

Fuente: Información obtenida de la encuesta y procesada con el programa SPSSV.22.

Interpretación: De la tabla N°14, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chi cuadrado se obtuvo el p valor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

4.2. Discusión

Para efectos de la discusión de los resultados de esta investigación, se parte de la formulación de la pregunta de investigación. ¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?, donde se ha obtenido relación significativa entre ambas variables de estudio que genera discusión de la tesis.

De los resultados obtenido de la tabla N° 03 y figura N°04, sobre la variable calidad de servicio se obtuvo que el 90% de cliente encuestado perciben si existe calidad de servicio el 10% refiere que NO estos resultados se relaciona con las conclusiones de **Cóndor, B. y Durand, F. (2017)**, donde señala que el 89% de la variación de la satisfacción del usuario esta explicada por la calidad de servicio lo confirma **Rodríguez, E. (2017)**, el servicio de calidad influye significativamente en la satisfacción del usuario y en la variable satisfacción del cliente coinciden con los resultados y conclusiones de **Ortiz Gallardo y Rosas Andrade (2004)**, donde refiere que los clientes se encuentran con alto grado de satisfacción 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)**.

De la tabla N°09, se observa que luego de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.

Con respecto a las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía se obtuvieron porcentajes alto

en nivel SI, es decir la calidad servicio que presta la empresa gimnasio Doble A Fitness satisface las necesidades del cliente que asiste, donde se observa porcentajes bajos de insatisfacción estos resultados se corrobora estadísticamente de la tabla N° 03, 04, 05, 06 y figura N° 04, 05, 06, 07 y 09 que el 86% de encuestados en la variable calidad de servicio están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 10% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente estos resultados coinciden con las conclusiones de **Requena, M. y Gabriela, S. (2007)**, donde refiere en la dimensión tangibilidad, el 60% de encuestados están muy de acuerdo con equipos, personal, materiales, que existe, seguido de la dimensión garantía el 80% refieren están muy de acuerdo y el 76,7% están de acuerdo con los conocimientos, cortesía de los empleados y capacidad de influir confianza y la dimensión empatía el 100% están muy de acuerdo con el gerente y la organizaciones se ubican en 63,3% en de acuerdo, lo confirma **Rodríguez, E. (2017)**, 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° 10, 11, 12, 13 y 14, luego de aplicar prueba estadística Chicuadrado en todas las dimensiones se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre las dimensiones elementos tangibles fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness.

CONCLUSIONES

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

PRIMERA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 86% de encuestados en la variable calidad de servicio están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 10% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

SEGUNDA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 80% de encuestados en la dimensión elementos tangibles están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 14% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

TERCERA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 84% de encuestados en la dimensión fiabilidad están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 12,67% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

CUARTA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 78% de encuestados en la dimensión capacidad de respuesta están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 14% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

QUINTA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 80% de encuestados en la dimensión seguridad están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 11,33% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

SEXTA CONCLUSIÓN

Se concluye que después de haber aplicado la prueba estadística Chicuadrado se obtuvo el pvalor =0,00 <0.01, es decir es altamente significativo, se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1% se concluye existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018. Asimismo el 75,33% de encuestados en la dimensión empatía están en nivel SI en relación al nivel SI de la variable satisfacción del cliente seguido de 14% en nivel NO en relación al nivel NO de la variable satisfacción del cliente.

RECOMENDACIONES

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

Se recomienda al gerente del Gimnasio Doble A Fitnes en la dimensión elementos tangibles realizar mejoras instalaciones físicas, equipos, personal, y materiales de comunicación por que todavía existe el grado mínimo de insatisfacción como lo demuestran los resultados.

Se recomienda al gerente del Gimnasio Doble A Fitnes de acuerdo a los resultados obtenidos existe grado mínimo de insatisfacción en la dimensión fiabilidad mejorar en algunos aspectos como por ejemplo el cumplimiento del servicio prometido y muestre interés por el cliente que va redundar en satisfacción del servicio.

Se recomienda al gerente del Gimnasio Doble A Fitnes de acuerdo a los resultados obtenidos mejorar en la capacidad de respuesta al cliente para que sienta conforme.

Se recomienda al gerente del Gimnasio Doble A Fitnes de acuerdo a los resultados obtenidos en la seguridad mejorar en algunos aspectos como cámara de seguridad para cualquier evento de perdida de cosas personales del cliente o asalto.

Se recomienda al gerente del Gimnasio Doble A Fitnes de acuerdo a los resultados obtenidos en la empatía mejorar la atención personalizada que el Gimnasio se preocupe por el cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Betancourt, Y y Mayo, J. (2010), La evaluación de la calidad de servicio. Contribuciones a la economía.
- Ávila, A. (2001). *Metodología de la investigación*. Edición Estudio y Ediciones R.A, Lima – Perú.
- Oseña, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Perú: Ed. Pirámide.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica* (4ta Ed.) .Lima, Perú: Visión universitaria
- 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.
- Carrasco Díaz, S. (2009). *Gestión de calidad y formación profesional Acreditación Universitaria*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Castillo, Díaz Martínez, Sánchez, & Valencia (2012). *La calidad en el servicio al cliente del restaurante terraza, ubicado en la delegación cauhtémoc, D.F.*
- Cóndor, B. y Durand, F. (2017), en su tesis titulado “*Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios del Gimnasio Iron Gym 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.

- Deming, E. (1989), *Calidad, productividad y competitividad. Salida de la crisis*
Madrid: Díaz de Santos.
- 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 Diossa, Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio.
- Fernández, I. (2012), en su tesis titulada “*Estudio de la calidad de servicio de las redes móviles en el Perú*”. Para obtener el título profesional de Ingeniero de las Telecomunicaciones, de Pontífice Universidad Católica del Perú.
- 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.
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta ed.). Distrito federal, México: Mc Graw-Hill.
- Hoffman, K. y Bateson, E. (2011), *Marketing de servicios*. México: Cengage Learning.

- Ishikawa, K. (1986), *¿Qué es control total de calidad?* (H. A. Coronado, Ed.) (Norma). Bogotá.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing da la A a la Z.* (A. Gómez Arnau, Ed.)(Pearson ed). España. Pearson.
- 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.
- La Torre, J. (2003): *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa.* Experiencia S.L., Barcelona.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicio.* Madrid: Pearson Educación.
- Lozano, R. (2015), en su tesis de investigación: "*Servicio al cliente de los restaurantes típicos regionales en el distrito de Yarinacocha, departamento de Ucayali – 2015*". Para obtener el grado de Magister en gestión pública en la Universidad Nacional de Ucayali. Perú.
- 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.

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.

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.

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.

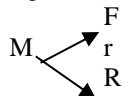
Zeithaml, V, Parasuraman, A. y Berry. L. (1993), *Calidad total en la gestión de servicios* Madrid; Ed. Díaz de Santos.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Autoras: Br. Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable		Metodología
			Nombre	Dimensiones	
¿Cuál es la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?	Establecer la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018	Existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018	Variable Calidad de servicio	Elementos Tangibles	Tipo de Investigación No experimental Diseño de investigación Descriptivo correlacional, cuyo diagrama es el siguiente:  Dónde: M=Usuario que asisten al gimnasio Doble A Fitness F= Calidad de servicio r= relación R= Satisfacción del cliente
Problemas específicos	Objetivo Especifico	Hipótesis Especifica		Fiabilidad	
¿Cuál es la relación entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?	Determinar la relación entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.	Existe relación significativa entre elementos tangibles y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.			
¿Cuál es la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?	Determinar la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018	Existe relación significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.	Variable Satisfacción del cliente	Capacidad de respuesta	Población y muestra La población , estará conformada por 245 usuario o clientes que asisten al gimnasio Doble A Fitness La muestra , de tipo probabilístico y aleatorio simple estará conformada por 150 usuarios que asisten gimnasio Doble A Fitness Técnicas e instrumento de recolección de datos Técnica: La encuesta Instrumento: Cuestionario
¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?	Determinar la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018	Existe relación significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018		Seguridad	
				Empatía	
				Rendimiento percibido	
				Expectativa del cliente	
				Niveles de satisfacción	

<p>¿Cuál es la relación entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.</p> <p>Determinar la relación entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.</p>	<p>Existe relación significativa relación entre seguridad y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018</p> <p>Existe relación significativa entre empatía y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018.</p>			<p>Técnicas para el procesamiento de datos 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 utilizó la prueba estadística Chicuadrado.</p>
---	---	---	--	--	--

Anexo 02: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



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

Cuestionario sobre calidad de servicio del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Señor usuario (a), este cuestionario es anónimo y confidencial, tiene como finalidad conocer su opinión sobre calidad de servicio en el gimnasio Doble A Fitness por lo que 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: Elementos Tangibles

N°	Ítems	SI	NO
1	¿Las máquinas y equipos del gimnasio son moderno?		
2	¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?		
3	¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia?		
4	¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionado con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?		

II. Dimensión: Fiabilidad

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

III. Dimensión: Capacidad de respuesta

N°	Ítems	SI	NO
9	¿Los instructores te atienden con rapidez?		
10	¿El instructor orienta en la utilización de las máquinas?		
11	¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno?		
12	¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?		

IV. Dimensión: Seguridad

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

V. Dimensión: Empatía

		SI	NO
17	¿El gimnasio brinda atención personalizada?		
18	¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted?		
19	¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las máquinas?		
20	¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa por usted, se sienta cómodo?.		

Gracias por su colaboración

Anexo nº 02(b):

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



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

Cuestionario sobre satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Señor usuario (a), este cuestionario es anónimo y confidencial, tiene como finalidad conocer su opinión sobre, satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness, por lo que 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

Nº	Ítems	SI	NO
1	¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?		
2	¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?		
3	¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?		
4	¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?		

II. Dimensión: Expectativa del cliente

Nº	Ítems	SI	NO
5	¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?		
6	¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?		
7	¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?		
8	¿Cumple las expectativas de atención al público que usted esperaba?		

III. Dimensión: Nivel de satisfacción

Nº	Ítems	SI	NO
9	¿El servicio que paga usted justifica lo que brinda el gimnasio?		
10	¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?		
11	¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?		
12	¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?		

Gracias por su colaboración

Anexo N° 03: Operacionalización de variables

Variable: Calidad de servicio

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
					N°	Contenido	
Calidad de servicio	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.	Elementos tangibles	- Máquinas y equipos	1	- ¿Las máquinas y equipos del gimnasio son modernos? - ¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas? - ¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia? - ¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionados con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?	Nominal
				- Instalaciones físicas	2		
				- Presentación del instructor	3		
				- Materiales atractivos	4		
			Fiabilidad	- Tiempo	5	- ¿Cuándo el gimnasio promete algo en cierto tiempo lo realiza? - ¿Cuándo usted tiene un problema en el gimnasio muestran interés por resolverlo? - ¿El gimnasio cumple con el horario establecido con el cliente? - ¿Tiene la certeza que el gimnasio presta el servicio que usted esperaba?	
- Muestra interés	6						
- Horario establecidos	7						
- Servicio que esperaba	8						
Capacidad de respuesta	- Atienden con rapidez	9	- ¿Los instructores te atienden con rapidez? - ¿El instructor orienta en la utilización de las máquinas? - ¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno? - ¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?	1:No 2:Si			
	- Orienta en la utilización de máquinas	10					
	- Momento Oportuno	11					
	- Inicio y término de entrenamiento	12					
Seguridad	- Transmite confianza	13	- ¿El comportamiento del personal le transmite confianza? - ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas? - El gimnasio cuenta con extintores de seguridad? - ¿El gimnasio cuenta con cámaras de seguridad?				
	- Conocimiento suficiente	14					
	- Extintores de seguridad	15					
	- Cámaras de seguridad	16					
Empatía	- Atención personalizada	17	- El gimnasio brinda atención personalizada - ¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted? - ¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las máquinas? - ¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa por usted, se sienta cómodo?.				
	- Horario conveniente	18					
	- El instructor está atento de corregir.	19					
	- El personal se preocupa por usted	20					

Variable: Satisfacción del cliente

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems		Escala de Medición
					N°	Contenido	
Satisfacción del cliente	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 con instructores	1	- ¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?	Nominal 1:No 2:Si
				- El personal que laboras e identifica	2	- ¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?	
				- Ambiente físico	3	- ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?	
				- Máquinas y equipos	4.	- ¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?	
			Expectativa del cliente	- Brinda lo esperado	5	- ¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?	
				- Respeta el tiempo	6	- ¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?	
				- Muestra interés en solucionar	7	- ¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?	
				- Cumple con las 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 justifica lo que brinda el gimnasio?	
				- Horario establecidos	10	- ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?	
				- Brindan servicios	11	- ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?	
				- Brindan servicio más lo que esperaba	12	- ¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?	

Anexo nº 04: Matriz de Validación del instrumento de investigación

TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018
Autoras: Br. Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

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	- Máquinas y equipos	1. ¿Las máquinas y equipos del gimnasio son moderno?			X		X		X		X		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?			X		X		X		X		
		- Presentación del instructor	3. ¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia?			X		X		X		X		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionado con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?			X		X		X		X		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo el gimnasio promete algo en cierto tiempo lo realiza?			X		X		X		X		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo usted tiene un problema en el gimnasio muestran interés por resolverlo?			X		X		X		X		

	- Horario establecidos	7. ¿El gimnasio cumple con el horario establecido con el cliente?			X		X		X		X		
	- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que el gimnasio presta el servicio que usted esperaba?			X		X		X		X		
Capacidad de respuesta	- Atienden con rapidez	9. Los instructores te atienden con rapidez?			X		X		X		X		
	- Orienta en la utilización de maquinas	10. ¿El instructor orienta en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
	- Momento Oportuno	11. ¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno?			X		X		X		X		
	- Inicio y termino de entrenamiento	12. ¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?			X		X		X		X		
	- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal le trasmite confianza?			X		X		X		X		
Seguridad	- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			X		X		X		X		
	- Extintores de seguridad	15. El gimnasio cuenta con extintores de seguridad?			X		X		X		X		
	- Cámaras de seguridad	16. El gimnasio cuenta con cámaras de seguridad?			X		X		X		X		
	- Atención personalizada	17. El gimnasio brinda atención personalizada			X		X		X		X		
Empatía	- Horario conveniente	18. ¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted?			X		X		X		X		
	- El instructor está atento de corregir	19. ¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
	- El personal se preocupa por usted	20. ¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa			X		X		X		X		

Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato con instructores	por usted, se sienta cómodo?			X		X		X		X
			1. ¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?			X		X		X		X
		- El personal que labora e identifica	2. ¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?			X		X		X		X
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?			X		X		X		X
		- Máquinas y equipos	4. ¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?			X		X		X		X
	Expectativa del cliente	- Brinda lo esperado	5. ¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?			X		X		X		X
		- Respeta el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?			X		X		X		X
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?			X		X		X		X
		- Cumple con las expectativas del cliente	8. Cumple con las expectativas de atención del cliente			X		X		X		X
	Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted justifica lo que brinda el gimnasio?			X		X		X		X
		- Horario establecidos	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?			X		X		X		X
		- Brindan servicios	11. ¿Te brindan servicios más de lo que usted esperaba?			X		X		X		X
- Brindan servicio más lo que esperaba		12. ¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?			X		X		X		X	

Pucallpa, 18 de enero del 2019

Firma del validador.....
Nombres y Apellidos..... *M. Lilia Ramirez Zumaeta*
Grado Académico..... *Magister*
DNI..... *052748992*
Nº de Celular..... *983596642*

Anexo nº 04: Matriz de Validación del instrumento de investigación

TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018
Autoras: Br. Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

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	- Máquinas y equipos	1. ¿Las máquinas y equipos del gimnasio son moderno?			X		X		X		X		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?			X		X		X		X		
		- Presentación del instructor	3. ¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia?			X		X		X		X		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionado con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?			X		X		X		X		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo el gimnasio promete algo en cierto tiempo lo realiza?			X		X		X		X		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo usted tiene un problema en el gimnasio muestran interés por resolverlo?			X		X		X		X		

Capacidad de respuesta	- Horario establecidos	7. ¿El gimnasio cumple con el horario establecido con el cliente?			X		X		X		X		
	- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que el gimnasio presta el servicio que usted esperaba?			X		X		X		X		
	- Atienden con rapidez	9. Los instructores te atienden con rapidez?			X		X		X		X		
	- Orienta en la utilización de maquinas	10. ¿El instructor orienta en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
	- Momento Oportuno	11. ¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno?			X		X		X		X		
	- Inicio y termino de entrenamiento	12. ¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?			X		X		X		X		
Seguridad	- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal le trasmite confianza?			X		X		X		X		
	- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			X		X		X		X		
	- Extintores de seguridad	15. El gimnasio cuenta con extintores de seguridad?			X		X		X		X		
	- Cámaras de seguridad	16. El gimnasio cuenta con cámaras de seguridad?			X		X		X		X		
Empatía	- Atención personalizada	17. El gimnasio brinda atención personalizada			X		X		X		X		
	- Horario conveniente	18. ¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted?			X		X		X		X		
	- El instructor está atento de corregir	19. ¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
	- El personal se preocupa por usted	20. ¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa			X		X		X		X		

			por usted, se sienta cómodo?			X		X		X		X	
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato con instructores	1. ¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?			X		X		X		X	
		- El personal que labora e identifica	2. ¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?			X		X		X		X	
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Máquinas y equipos	4. ¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?			X		X		X		X	
	Expectativa del cliente	- Brinda lo esperado	5. ¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?			X		X		X		X	
		- Respeta el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?			X		X		X		X	
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Cumple con las expectativas del cliente	8. Cumple con las expectativas de atención del cliente			X		X		X		X	
	Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted justifica lo que brinda el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Horario establecidos	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?			X		X		X		X	
		- Brindan servicios	11. ¿Te brindas servicios más de lo que usted esperaba?			X		X		X		X	
		- Brindan servicio más lo que esperaba	12. ¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?			X		X		X		X	

Pucallpa, 18 de enero del 2019

Romero

Rocio Justina Romero Amasifuen
Contador Público Colegiado Certificado
Mat. 18 - 1086

Firma del validador.....
Nombres y Apellidos..... *Rocio Justina Romero Amasifuen*
Grado Académico..... *MAGISTER*
DNI..... *40571287*
N° de Celular..... *934753029*

Anexo nº 04: Matriz de Validación del instrumento de investigación

TITULO: Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018

Autoras: Br. Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

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	- Máquinas y equipos	1. ¿Las máquinas y equipos del gimnasio son moderno?			X		X		X		X		
		- Instalaciones física	2. ¿Las instalaciones físicas del gimnasio son visualmente atractivas?			X		X		X		X		
		- Presentación del instructor	3. ¿Los instructores del gimnasio tienen apariencia presentable y limpia?			X		X		X		X		
		- Materiales atractivos	4. ¿Los materiales (Volantes, fichas de entrenamiento y ficha de salud) relacionado con el servicio que presta el gimnasio son visualmente atractivos?			X		X		X		X		
	Fiabilidad	- Tiempo	5. ¿Cuándo el gimnasio promete algo en cierto tiempo lo realiza?			X		X		X		X		
		- Muestra interés	6. ¿Cuándo usted tiene un problema en el gimnasio muestran interés por resolverlo?			X		X		X		X		

		- Horario establecidos	7. ¿El gimnasio cumple con el horario establecido con el cliente?			X		X		X		X		
		- Servicio que esperaba	8. ¿Tiene la certeza que el gimnasio presta el servicio que usted esperaba?			X		X		X		X		
Capacidad de respuesta		- Atienden con rapidez	9. Los instructores te atienden con rapidez?			X		X		X		X		
		- Orienta en la utilización de maquinas	10. ¿El instructor orienta en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
		- Momento Oportuno	11. ¿El instructor absuelve tu pregunta en momento oportuno?			X		X		X		X		
		- Inicio y termino de entrenamiento	12. ¿Le comunican a usted la hora inicio y término del entrenamiento?			X		X		X		X		
Seguridad		- Transmite confianza	13. ¿El comportamiento del personal le trasmite confianza?			X		X		X		X		
		- Conocimiento suficiente	14. ¿El personal tiene conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?			X		X		X		X		
		- Extintores de seguridad	15. El gimnasio cuenta con extintores de seguridad?			X		X		X		X		
		- Cámaras de seguridad	16. El gimnasio cuenta con cámaras de seguridad?			X		X		X		X		
Empatía		- Atención personalizada	17. El gimnasio brinda atención personalizada			X		X		X		X		
		- Horario conveniente	18. ¿El gimnasio ofrece horarios convenientes para usted?			X		X		X		X		
		- El instructor está atento de corregir	19. ¿El instructor está atento en corregir tus errores en la utilización de las maquinas?			X		X		X		X		
		- El personal se preocupa por usted	20. ¿El personal que labora en el gimnasio se preocupa											

			por usted, se sienta cómodo?			X		X		X		X	
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	- El trato con instructores	1. ¿El trato de los instructores con los usuarios es considerado amable?			X		X		X		X	
		- El personal que labora e identifica	2. ¿El personal que labora en el gimnasio se identifica con usted?			X		X		X		X	
		- Ambiente físico	3. ¿Se siente cómodo con el ambiente físico que ofrece el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Máquinas y equipos	4. ¿Las máquinas y equipos que brinda son modernos?			X		X		X		X	
	Expectativa del cliente	- Brinda lo esperado	5. ¿Las máquinas y equipos que brinda son lo esperado?			X		X		X		X	
		- Respeto el tiempo	6. ¿Se respeta el tiempo establecido para el entrenamiento?			X		X		X		X	
		- Muestra interés en solucionar	7. ¿Muestra interés en solucionar situaciones que se presenta en el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Cumple con las expectativas del cliente	8. Cumple con las expectativas de atención del cliente			X		X		X		X	
	Niveles de satisfacción	- El servicio que paga se justifica	9. ¿El servicio que paga usted justifica lo que brinda el gimnasio?			X		X		X		X	
		- Horario establecidos	10. ¿Te sientes satisfecho con el horario establecido de entrenamiento?			X		X		X		X	
		- Brindan servicios	11. ¿Te brindan servicios más de lo que usted esperaba?			X		X		X		X	
		- Brindan servicio más lo que esperaba	12. ¿Te sientes satisfecho con las máquinas y equipos que tiene el gimnasio?			X		X		X		X	

Pucallpa, 18 de enero del 2019



Firma del validador.....

Nombres y Apellidos *M. Leticia Amor Palomino Ochoa*.....

Grado Académico *Magister*.....

DNI *00122719*.....

N° de Celular *961-630884*.....

Anexo nº 05:

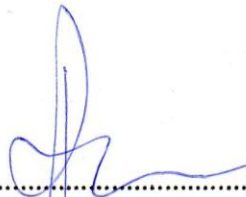
CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,967	20

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,967, por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, enero del 2019



Validador

D.r Percy Orlando Rojas Medina

N°	Variable: Calidad de servicio																			
	ITEMS																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2
3	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	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	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
8	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2
11	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	2	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	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
30	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

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

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Variable: Satisfacción del cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Ítems
0,937	12

Interpretación: El Estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach aplicado al instrumento de investigación arrojó 0,937 por ende, el instrumento es altamente confiable para la investigación por el resultado que arrojó

Pucallpa, enero del 2019



Validador
D.r Percy Orlando Rojas Medina

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N°	Variable: Satisfacción del cliente											
	ITEMS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2
2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1
3	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
9	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1
10	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1
11	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1
12	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
22	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
27	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2
28	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1

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

Anexo nº 06:
EVIDENCIAS



CARTA DE PRESENTACION

Señor (a) Hg. 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 alumnas de la tesis asistida que realiza la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Administración de Negocios.

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018**”, 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 Administración de Negocios 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

[Handwritten signature]
18/01/19

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

[Handwritten signature]
Br. Manguinury Valles, Loren Nicole

[Handwritten signature]
Br. Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

CARTA DE PRESENTACION

Señor (a)

Mg. Rocio Justina Romero Amasfuen

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 alumna de la tesis asistida que realiza la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Administración de Negocios.

El título nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018**”, 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 Administración de Negocios 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

Rocio
Rocio Justina Romero Amasfuen
Contador Público Colegado Certificado
Mat. 18 - 1086

18/01/19

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


Br. Mangumury Valles, Loren Nicole


Br. Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

CARTA DE PRESENTACION

Señor (a)

Mg. Rosario Leonor Palomino Ochoa

Presente

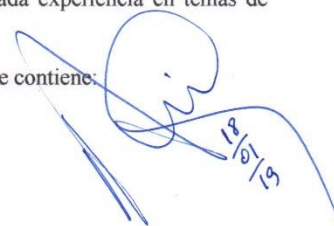
ASUNTO: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO EXPERTOS

Me es muy grato comunicarme con Usted para expresarle mi saludo y asimismo hacer de su conocimiento que siendo alumnas de la tesis asistida que realiza la Universidad Privada de Pucallpa, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el Título Profesional de Administración de Negocios.

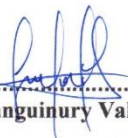
El titulo nombre de mi proyecto de investigación es “**Calidad de servicio y satisfacción del cliente del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018**”, y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especialistas para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Administración de Negocios 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


Br. Manguinury Valles, Loren Nicole


Br. Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

“Año de la lucha contra la corrupción y la Impunidad”

Solicito: Aplicación de encuesta
(Prueba piloto)


SEÑOR Nelson Curyas Aviles  21/01/19
.....
S.A

Manguinury Valles, Loren Nicole y Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie, alumnas del Tercer Programa tesis asistida 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 del gimnasio Doble A Fitness en la provincia de Coronel Portillo región Ucayali, 2018”; Solicito a usted me conceda el permiso para aplicar encuesta de la prueba piloto a sus clientes que asisten Gimnasio “Real GYM” que usted preside y habiendo sido seleccionado como campo de estudio.

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

Pucallpa, 21 de enero del 2019


.....
Br. Manguinury Valles, Loren Nicole


.....
Br. Ushñahua Herrera, Grecia Stefanie

FOTOS



Es el Gimnasio Doble A Fitness, donde se realizó el trabajo de investigación



Se visualiza las instalaciones interna del Gimnasio Doble A Fitness



Se está encuestando a usuario del Gimnasio Doble A Fitness