



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
EN LA MICRO EMPRESA, LIBRERIA LAURITA, DISTRITO
SATIPO, JUNÍN, 2022.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

ARMAS SOLIS, AQUIO DEYMERSON

ORCID:0000-0002-5269-1806

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Equipo de trabajo

AUTOR

ARMAS SOLÍS, AQUINO DEYMERSON

ORCID:0000-0002-5269-1806

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgr. ROSILLO DE PURIZACA, MARÍA DEL CARMEN.

ORCID ID: 0000-0003-2177-5676

Dr. SALINAS GAMBOA, JOSÉ GERMAN.

ORCID ID: 0000-0002-8491-0751

Dr. MINO ASECIO, MARÍA ISABEL

ORCID ID: 0000-0003-1132-2243

Jurado evaluador y asesor

ROSILLO DE PURIZACA, MARÍA DEL CARMEN.
ORCID ID: 0000-0003-2177-5676
Presidenta

SALINAS GAMBOA, JOSÉ GERMAN.
ORCID ID: 0000-0002-8491-0751
Miembro

MINO ASECIO, MARÍA ISABEL
ORCID ID: 0000-0003-1132-2243
Miembro

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928
Asesor

AGRADECIMIENTO

A nuestro creador, por darme las fuerzas de superar los obstáculos que se presentan en el transcurso del camino de mi vida.

Agradezco a mis padres, que me ha consentido y apoyado en todo momento, siempre han sabido aconsejarme cuando cometido algún error, siempre estaré inmensamente agradecido con ellos.

A mi hermana, por siempre estar motivándome para cumplir mis objetivos propuestos.

A mi amiga, siempre he contado con su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera universitaria, gracias a sus conocimientos pude guiarme y culminar mi tesis.

Por último, quiero agradecer a todos los que me brindaron su ayuda en esta tesis.

DEDICATORIA

A mis padres por ser el soporte principal, por siempre estar apoyándome en todo momento de mi vida, es por ellos que soy lo que soy ahora, también a mis amistades por siempre estar alentándome cada vez que decaía, a mis profesores por su tiempo brindado, por su apoyo y sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

RESUMEN

En este estudio, el objetivo determinar la relación existente entre calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Se trata de una investigación básica con diseño correlacional con un enfoque cuantitativo. Se utilizó como instrumentos el cuestionario a una muestra de 30 participantes. Los resultados del estudio indican que calidad de servicio al relacionarlo con Satisfacción de los clientes se obtuvo un nivel de correlación de ,781 que representa una correlación significativa obteniendo un nivel de significancia de ,000 < ,05, el cual es menor a la significancia estandarizada de ,05, rechazando la hipótesis nula. En otras palabras, calidad de servicio se relaciona significativamente con Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.

Palabra clave: Satisfacción de los clientes, calidad de servicio, micro empresa

ABSTRACT

In this study, the objective is to determine the relationship between quality of service and customer satisfaction in the micro business, Laurita bookstore, Satipo district, Junín, 2022. It is a basic research with a correlational design with a quantitative approach. The questionnaire was used as instruments for a sample of 30 participants. The results of the study indicate that quality of service when relating it to customer satisfaction, a correlation level of .781 was obtained, which represents a significant correlation, obtaining a significance level of $.000 < .05$, which is less than the standardized significance. de, 05, rejecting the null hypothesis. In other words, service quality is significantly related to customer satisfaction in the micro business, Laurita bookstore, Satipo district, Junín, 2022.

Key word: Customer satisfaction, quality of service, micro business

Contenido

Título de la tesis	1
Equipo de trabajo.....	ii
Jurado evaluador y asesor	iii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
Resumen y abstract.....	vi
Contenido.....	viii
Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	ix
I. Introducción.....	11
II. Revisión de la literatura.....	14
III. Hipótesis.....	25
IV. Metodología.....	26
4.1. Diseño de la investigación.....	26
4.2. Población y Muestra.....	26
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5. Plan de análisis.....	29
4.6. Matriz de consistencia	30
4.7. Principios éticos	31
V. Resultados	32
5.1. Resultados	32
5.2. Análisis de resultados	38
VI. Conclusiones	41
Aspectos complementarios.....	42
Referencias Bibliográficas	43
Anexos	52

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Calidad del servicio	32
Tabla N°2 Calidad del servicio por dimensiones	33
Tabla N°3 Satisfacción de los clientes	34
Tabla N°4 Satisfacción de los clientes por dimensiones	35
Tabla N°5 Prueba de normalidad	36
Tabla N°6 Correlación de Rho Spearman entre variables	36
Tabla N° 7 Correlación de Rho Spearman por dimensiones	37
Tabla N°8 Coeficiente de Rho Spearman para el nivel de significancia entre variables	37
Tabla N° 9 Coeficiente Rho Spearman para el nivel de significancia por dimensiones	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Calidad del servicio	32
Figura 2 Calidad del servicio por dimensiones	33
Figura 3 Satisfacción de los clientes.....	34
Figura 4 Satisfacción de los clientes por dimensiones	35

I. Introducción

Anex (2018) establece el servicio como una actividad que implica recursos tangibles o intangibles en la que primero se genera una comunicación con el comprador interno, para que después logren inspirar confianza y tranquilidad a los comensales externos, generando de esta forma una buena productividad. De modo que, varios miembros de la organización no son conscientes del valor de prestar un enorme servicio. Esto se refiere a la verdad de que medir la calidad del servicio con nuestro comprador o cliente es complicado pues es dependiente de la felicidad del propio comprador.

A partir de este criterio, la calidad del servicio se ve mermada, debido a que es notable que no puede considerarse como un producto físico o manufacturado, sino como un servicio ofrecido a los clientes. Al igual que pasa con otros servicios, la naturaleza de este servicio es complicado de caracterizar, al igual que los procedimientos para evaluar su calidad. Puede decirse que la calidad en el servicio es la función de optimizar la apariencia administrativo e institucional con la satisfacción de quienes reciben este servicio, y para eso se debería considerar una buena administración de los recursos de una organización, tanto materiales como humanos, lo cual asegurará a la organización el rendimiento académico de los estudiantes, el clima institucional, y una buena infraestructura, entre otros; por lo cual se necesita establecer la interacción en medio de éstos componentes.

A lo extenso de las últimas décadas en el Perú, la calidad del servicio no fue una inquietud fundamental gracias a la falta de una carrera de Marketing y del sistema de Evaluación Nacional (Cardona, 2017). A partir de la década de los noventa hasta esta época, se ha mejorado paulatinamente el servicio y la atención al cliente, y se ha visto que cada universidad e instituto ha implementado esta carrera. Así mismo, cada compañía está potenciando las diferentes ramas de esta carrera, que son nuestras propias variables para este análisis.

Por consiguiente, la inquietud por la calidad del servicio fue una constante a partir de los procesos de institucionalización y masificación a partir del cambio de siglo, se conoce que durante los años se ha aumentado el número de microempresas, Leyva (2020) argumenta que hay varios colegios pequeños que pagan mal a sus empleados para ser rentables, y sus ambientes jamás son mejorados. Este problema impone a cada una de las industrias a mejorar su calidad, que se define como las propiedades finales de un producto o servicio.

A grado local, además se puede mirar que muchas de las organizaciones inscritas en la SUNARP lo cual no llegan prestar un servicio de alta calidad, debido a que varias de ellas se preocupan primordialmente por la productividad y/o el beneficio, y no por el nivel de satisfacción del cliente. A la luz de estas consideraciones, queda claro que no se puede exagerar el valor de la calidad del servicio en las organizaciones para poder hacer el placer del comprador y, por consiguiente, una más grande productividad.

El enunciado del problema fue ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022?

De acuerdo al objetivo general de la investigación determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Sobre los objetivos específicos identificar la relación que existe entre la calidad del servicio con la amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Identificar la relación que existe entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con las expectativas en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.

La justificación de este análisis es que los clientes desempeñan un papel importante debido a que, previo a hacer la compra de un producto o servicio, aseguran el servicio de atención al comprador del establecimiento, la estabilidad y la fiabilidad de su personal.

Varios clientes llegan a un punto de comercialización como consecuencia de la publicidad o del boca a boca. En los últimos años ha incrementado el número de organizaciones que mantienen una base de datos una y otra vez actualizada con datos sobre sus clientes nuevos y existentes. No obstante, esto no constantemente es suficiente, debido a que ciertos negocios se olvidan de cuidar la figura del negocio al centrarse sólo en preguntas de promociones y rebajas por el cual no prestan atención a la apariencia de la tienda o a la atención del personal que atiende su comercio. En la actualidad, el colaborador juega un papel determinante en cualquier organización, debido a que representa la imagen de la compañía. En consiguiente, es de gran importancia que este bien vestido e impecable, que participe en las reuniones en las que cada uno puede contribuir al triunfo de la organización y que reciba una formación continua que lo mantenga comunicado y, lo más relevante, comprometido con la organización.

En esta situación, usaremos el modelo servqual para nuestras propias magnitudes, debido a que nos ayudará a detectar los puntos fundamentales de la tesis y mejorar nuestro enfoque.

De acuerdo a la metodología es un estudio correlacional y descriptivo en vista que se detalló la forma de relación de las dos variables. De acuerdo a los resultados, la Calidad del servicio al relacionarlo con la variable Satisfacción de los clientes se obtuvo un nivel de correlación de ,857, que representa una correlación positiva alta.

Asimismo, al correlacionar la variable Calidad del servicio en las tres dimensiones de Amabilidad, Rendimiento percibido y ubicación de la variable Satisfacción de los clientes, se obtuvo una correlación de ,876, ,823 y ,845, lo que indica una alta correlación positiva. En consecuencia, existe una relación directa y significativa entre La Calidad del servicio y las dimensiones de la Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín- 2022.

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Ramos, Salazar, & Sevilla (2018), en su tesis *“La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua”* tesis presentada en la Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas, para optar el título de ingenieros de empresas, el cual tuvo como objetivo general determinar las estrategias de la calidad de servicio para incrementar la competitividad en la empresa CONECEL S.A CLARO, de la provincia de Tungurahua, por el cual se utilizó una metodología exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa, se concluyó, “de acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se establece que existe relación entre la calidad de servicio y la competitividad en la empresa CONECEL S.A (Claro), de la ciudad de Ambato., por tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (Ho).” (pag.68)

López (2018) en su tesis *“Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”* tesis presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, para optar el grado académico de magister en administración de empresas. Tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, para lo cual se utilizó la metodología se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s; se llegó a la conclusión “que se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.” (pag.80) se puede decir que el servicio que se brinda a los clientes es muy importante para una empresa ya que de ello depende que una empresa sea exitosa o sino también se valla al fracaso, por eso es muy importante que los clientes al momento de retirarse deben salir satisfechos.

Rivera R. S. (2019) en su tesis *“La calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”* Tesis presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, para optar el grado académico de magister en administración de empresas. Tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del Modelo Teórico Servqual a

fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador; para la cual utilizo la metodología descriptiva, cuantitativa y deductiva; llego a la conclusión que la empresa debe trabajar enfocado en atención al cliente, calidad de servicio y cultura de servicio, en el cual brindar un buen servicio a lo largo traerán más beneficios sostenidos para la empresa.

Vega (2017) en su investigación "*La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares - CCICEV.*" Investigación presentada en la Universidad Central de Ecuador, para la obtención del título de Psicóloga Industrial; para lo cual siguió como metodología un enfoque cuantitativo, tipo es diagnóstica descriptiva, diseño es tipo no experimental, transversal- descriptiva con método deductivo y analítico; se llegó a la conclusión los servicios que se brinda en dicha empresa son de calidad, gracias a los resultados obtenidos mediante el instrumento aplicado, en donde la mayor parte de los clientes dijeron que el servicio como la atención son muy buenos

Ávila y Torres (2017) "Estudio de la calidad del servicio de los pequeños y medianos restaurantes de Chalco, México Difundido en la Ciudad de México en 2016, el objetivo general del análisis ha sido detectar los recursos que contribuyen a la calidad total del servicio que prestan los restaurantes PYMES de Chalco, México, con el objetivo de asegurar la satisfacción del comprador", Por medio de un diseño detallado de grado correlacional, se encuestó a los clientes de los restaurantes del Municipio de Chalco, Estado de México. Se concluyó que los restaurantes poseen un óptimo servicio y una sorprendente calidad de los alimentos, mostrando que los "Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Contestación, Empatía y Calidad" son los componentes más relevantes: "Tangibles, Confiabilidad, Capacidad de Contestación, Empatía y Calidad". Debido a la alta calidad suministrada a los clientes, dichos restaurantes tienen la posibilidad de seguir en el comercio e incrementar sus ingresos. Además, la averiguación reveló que los clientes encuestados aseveraron que cada restaurante tiene fines claros a medio y extenso plazo, por lo cual inventan tácticas de comercialización para mejorar año tras año y de esta forma atraer a un más grande público; estableciendo de esta forma el valor de esta tesis de indagación, que nos posibilita entender la calidad del servicio además de las magnitudes que son semejantes a nuestro trabajo de indagación.

Antecedentes nacionales

Ramos (2020) en su tesis "*Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Librería Bazar Víctor y Betty Callao 2020*" Tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo, Callao, para obtener el título profesional de licenciada en administración. El cual tuvo como objetivo general de establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Librería

Bazar Víctor y Betty, Callao 2020; para lo cual siguió una metodología un enfoque cuantitativo, aplicativo, descriptivo, correlacional y diseño no experimental – transversal; de los resultados que se obtuvieron podemos ver que del 100% de las personas encuestadas, un 81.8% de los comensales dijeron que recibieron un servicio de calidad fue de nivel excelente, por otro lado el 15.9% de los comensales dijeron que era de nivel bueno y el otro 2.3% de los comensales mencionaron que era un nivel deficiente de calidad que brindaba la empresa, se llegó a la conclusión que la calidad de servicio está relacionada con la satisfacción de los clientes de acuerdo a los resultados obtenidos y también se puede analizar que las dos variables tienen conexión.

Lopez (2020) en su tesis *“Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los servicios que ofrecen los restaurantes y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del distrito de Suyo, provincia de Ayabaca, 2018”* Tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general determinar las características de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de los servicios que ofrecen los restaurantes del Distrito de Suyo, Provincia de Ayabaca 2018; para ello utilizo la metodología de diseño no experimental, transversal y descriptivo, la población muestral fue de 196 comensales en el cual se aplicó la técnica de las encuestas y se realizó un cuestionario con un total de 29 preguntas; se llegó a la siguiente conclusión la “mayoría de clientes de los restaurantes del distrito de Suyo, provincia de Ayabaca, se siente satisfechos con los elementos tangibles que presentan estos negocios, así como también con la confiabilidad, la seguridad, y con la empatía que demuestra el personal.”(pag.68) De dicha investigación se puede resaltar que la empresa cumple con lo prometido brindándole a sus clientes un buen servicio de calidad.

Rivera (2019) en su tesis *“calidad del servicio que brinda la empresa élévate business y estrategias para su mejora”* Tesis presentada en la Universidad Nacional de Piura, Perú para optar el título profesional de licenciado en ciencias administrativas. Tuvo como objetivo general determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la empresa ELEVATE BUSINESS y diseñar estrategias de mejora; para lo cual utilizo la metodología descriptivo, cuantitativo y deductivo, se usó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento aplicado a 250 clientes; llego a la conclusión “de manera sustancial que en el personal siempre está presta a atender al cliente así pueda existir demasiada afluencia.” (pag.42). De dicha investigación se puede ver que el nivel de servicio de calidad de la empresa es ligeramente bajo ya que no atienden de forma rápida a sus clientes.

Valcazar(2018) en su tesis *“gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017”* Tesis presentada en la Universidad Católica

los Ángeles Chimbote, Lima, para optar el título profesional de licenciada en administración, el cual tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017; para lo cual se utilizó la metodología descriptiva y no experimental, la población fue de 15 empresas al cual se le hizo una encuesta con 16 preguntas; se llegó a la conclusión “La mayoría enfocan su gestión hacia el cliente (66,67%), e indican que la atención personalizada es un elemento de gestión de calidad que está enfocada al cliente (80%) y utilizan la técnica de tomar como referencia los mejores aspectos de su competidor (benchmarking) como técnica de gestión de calidad en servicio (46,67%)” (pag.70)

Arenas (2017) en la tesis "Caracterización de la satisfacción del comprador y la competitividad de las MYPES servicio de pollo a la brasa la arena, 2016" publicada en la urbe de Chimbote, tuvo como fin general "Conocer las propiedades que poseen la satisfacción del comprador y la competitividad de las MYPES servicio de pollo a la brasa C.P. la arena, 2016". Dada esta información, los aspectos más relevantes a tener en cuenta fueron que las pollerías tienen que invertir en la constante capacitación y preparación de su personal para brindar un buen grado de servicio, y que no solo tienen que enfocarse en la calidad de sus alimentos, sino además en las tendencias de decoración y limpieza del local para superar las expectativas del cliente. Dirigiéndonos de esta forma para nuestra tesis de averiguación en cuanto a nuestra segunda variable referente a la categoría de restaurantes de pollo a la parrilla.

Según Miky (2017) en su tesis de indagación titulada "Calidad de servicio y fidelización de clientes en el Minimarket Adonay E.I.R.L. de Andahuaylas, 2015", publicada en la Universidad Católica José Mara Arguedas, la finalidad primordial ha sido "establecer cuál es la interacción que existe entre la calidad de servicio y la fidelización de clientes en el Minimarket Adonay E.I.R.L. de Andahuaylas", usando un enfoque cuantitativo y En esta averiguación se muestra la variable libre.

Antecedentes locales

Loreña (2019) en su tesis t “*calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant - hotel el bambú del distrito de Pichanaki, 2019*” Tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Satipo, para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante hotel El Bambú del distrito de Pichanaki 2019; para lo cual siguió como metodología cuantitativa, descriptiva, correlacional con método general científico aplicado; se llegó a la conclusión “que existe una correlación entre la Calidad de servicio y Nivel de ventas con una

probabilidad de error de 0%.En tal sentido de acuerdo al coeficiente $r=0,864$ que midió la relación entre la Calidad de servicio y Nivel de ventas”(pag.70) de dicha investigación se puede decir que sus dos variables tienen una relación, que brindando una buena calidad de servicio se daría una satisfacción del cliente lo cual conllevaría a mayor ventas progresivas.

Paez (2019) en su tesis *“la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías des distrito de Satipo 2019”* tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Satipo, para optar el título profesional de licenciado en administración. Tuvo como objetivo general determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019; para lo cual siguió una metodología de tipo correlacional, el método empleado fue el método general científico con una población de 30 comensales, lo cual se concluyó que existe una correlación entre las dos variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente en el cual se puede ver que la empresa satisface al cliente brindándole una atención de calidad a sus clientes.

Herrera (2017) en su tesis *“Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, provincia de Satipo, año 2017”* tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, para optar el título profesional de administración, el cual tuvo como objetivo general determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos y de la Provincia de Satipo, se gestionan con un enfoque de Atención al Cliente; para lo cual se siguió la metodología de investigación de tipo cuantitativa, nivel descriptivo –no experimental-correlacional, en el cual se , se usó la técnica de la encuesta de 20 preguntas y el cuestionario como instrumento aplicado, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: el 50,0% está en el rango de 29 a 39 años; 75,0% son de sexo femenino; con grado de instrucción técnica (62.5%). Respecto a formalización, el 12.5% con trámites laborales pendientes y 25.0% por permisos municipales. 75.0% son empresas unipersonales y jóvenes, “de 1 a 3” años (50.0%) y tienen “de 1 a 4” trabajadores (62.5%). Se concluyó “Un 25.0% de los emprendedores son empíricos, por lo que les resulta más complicado adoptar mecanismos de mejora en gestión.” (pag.60)

Samaniego (2019) en su tesis *“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de neuromarketing en las mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018”* tesis presentada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, para optar el título de licenciado en administración, el cual tuvo como objetivo general determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de neuromarketing en las MYPES, rubro boutique, del Distrito de Pangoa, Provincia de Satipo, año 2018, lo cual siguió una metodología de tipo descriptiva, no

experimental, transversal, se usó la técnica de la encuesta de 19 preguntas y el cuestionario como instrumento aplicado, en el cual como resultado se obtuvo: el 80% de los representantes legales pertenecen al sexo masculino, de edades entre 46 años a más, con grado de instrucción secundaria, el 40% de las MYPEs tienen entre 1 a 5 años de funcionamiento y un 40% de entre 11 años de funcionamiento a más, cuentan de entre 1 a 4 trabajadores, y en su mayoría tienen diseñada su estructura organizacional, en el cual se llegó a la conclusión “que los micro y pequeños empresarios que administran las MYPES, tienen conocimientos empíricos sobre gestión de calidad bajo el enfoque del neuromarketing esto debido a que no han tenido la oportunidad de capacitarse en relación a estos importantes elementos que va servir para realzar de manera sostenible el nivel de atención a los clientes que eligen sus establecimientos” (pag.68)

2.2. Bases teóricas de la investigación

Calidad de servicio

Pineda y Moreno (2019), menciona la calidad del servicio es asegurar la cortesía, y una vez que esto se hace nos convertimos en empresas eficaces ya que mostramos los dos requisitos insustituibles de preguntar y atender, debería permanecer con toda la empresa en pie debido a que ellos además son partícipes de esto y en términos generales la empresa cumple una enorme función esencial para mejorar los resultados que hace falta la función de todos los ayudantes, las propiedades para mejorar los resultados que es preciso la función de todos los ayudantes, las propiedades para mejorar los resultados que es preciso la función de todos Para enfocar con más exactitud a un definido público, además es esencial poder detectar precisamente a nuestro público objetivo.

Manene (2019), menciona que la calidad del servicio es la condición que se da entre la necesidad del cliente: cuanto más idónea sea la necesidad, más grande va a ser la calidad, y cuanto menos correcta sea la necesidad, menor va a ser la calidad. Esto juega con el ámbito que otorga la prueba de la disparidad entre la posibilidad o el quiero de los clientes y la sensación de anhelo de una atención agradable.

Rojas (2017), menciona que la calidad del servicio no puede determinarse de la misma forma para cada una de las organizaciones o productos de servicios gracias a su exposición a condiciones y costos diferentes. La calidad del servicio es más compleja de calcular y evaluar ya que los clientes no únicamente se fijan en el rendimiento final, sino que integran de manera más significativa durante la selección a partir de la primera comunicación. El cual se puede mirar conforme con la velocidad en la atención la percepción del cliente está establecido un vínculo una

vez que toma confianza en la atención y puede experimentar, el cual se llega a ver en recursos tangibles, profesionalidad, amabilidad, y estabilidad en la promulgación.

Prieto y Tapia (2017), menciona que el crecimiento es el proceso por el que los diferentes elementos que interactúan en un servicio son demostrados por los insumos del cliente, el cual no es salvado por una conclusión final y el asentimiento del cliente por medio de su interés. Generalmente, los clientes permanecen satisfechos con los bienes entregados por los establecimientos de servicios, empero no con la atención y el trato que les brindan. El creador asegura que se hace poco énfasis en la calidad del servicio pues la calidad no es algo que logre medirse, y mucho menos algo que podamos sentir. No obstante, la calidad es más que aquello, es una enorme bonificación para la empresa. Además, asegura que la calidad no es un lujo, mucho menos si el producto cuesta menos; la calidad es el resultado final, por lo cual no hay interacción con nadie; todos son clientes; y ésta se vuelve intangible y perecedera.

Explica tanto la verdad como la percepción, la coherencia de lo cual realmente tiene como parentesco con el servicio y la satisfacción debido a que el cliente con base a sus expectativas del servicio que antes ha sido adquirido en otros establecimientos se relaciona con una demanda que existe o con clientes potenciales con necesidades del comprador y la que corresponde prestación del servicio además de la adecuación fundamental para brindar y saciar las necesidades del cliente debería ser bastante cuidadoso con los productos del prestador del servicio. (Inga, 2021).

Dimensiones de calidad de servicio

Confiabilidad

Según Cruzado (2017), se conceptualiza como una teoría del comportamiento subsiguiente de otro sujeto, debido a que este es dependiente de las actividades del sujeto. Es un acto de postura que conlleva en no cambiar el control de otro sujeto ni la época se cumplen lo dicho y prometido. La confiabilidad constantemente fue fundamental en el área industrial, debido a que constantemente se ha aplicado a los servicios, bienes, sistemas y procesos en los cuales cada entidad necesita producir beneficios a corto, medio y extenso plazo, por lo cual tiene un efecto directo en los resultados de la entidad.

Los requisitos de calidad de los productos y servicios tienen que cumplirse para tener una buena confiabilidad. La confiabilidad se usa principalmente para manifestar un nivel de confianza y, más que nada, de estabilidad en un ámbito satisfactorio a lo largo de un tiempo de tiempo definido. No obstante, con el paso del tiempo, se ha desvirtuado en sus inicios y sistemas por diferentes recursos, donde ahora es más específica y garantizada conforme el humano, permitiendo el impacto anhelado.

Según Prieto y Delgado (2010), es la magnitud en el cual la persona es crédulo y ansioso de actuar sobre la base de las ocupaciones y opiniones de los otros con la estabilidad de haber actuado de manera correcta si se interrumpe no podía sentir la enorme tranquilidad para manifestar la confianza que es necesario para conformar las reacciones de cada persona. Según Rodríguez (2010), la credibilidad de un plan está supeditada a la interacción y a la claridad de la postura con los procesos cognitivos y emocionales, que son de distintas reacciones y se fundamentan en diferentes resultados en términos de entendimiento y estabilidad. De acuerdo con el presente análisis, la credibilidad de una acción es contingente a una situación o a una persona, y la exclusiva forma de realizarlo con total estabilidad es estar plenamente persuadido del producto o servicio que pretendemos conseguir. Esto conforme el creador Hosmer (2019), cuyo trabajo menciona la práctica ética de un comportamiento pues hace referencia de manera directa a las ocupaciones de una compañía o una persona con resultados satisfactorios y aprobación generalizada.

Capacidad de respuesta

Lehman (2019), menciona que el compromiso es lo cual altera algo para convertirlo realmente, es lo cual habla de la hombría de una persona y de nuestras propias intenciones, es el más grande hecho que habla de una persona pues ya ha hecho una promesa y está impuesta a cumplirla, es el más alto éxito de la totalidad, es la esencia de todo individuo. El compromiso es ofrecer las superiores intenciones, y de esta forma consumir lo dicho, es el más grande hecho que habla de una persona debido a que previamente se comprometió y tendría que llevar a cabo lo prometido. Este es el mayor éxito de la honestidad, que es la esencia de toda la gente referente a su reconocimiento de las necesidades del comprador y el cumplimiento de sus compromisos.

Seguridad

Según menciona Jiménez (2013), la resolución de inconvenientes es todo eso que produce una variación positiva, así sea firme o no, para realizar la solución de algo y hacer variaciones más adelante en situaciones que rodean a un problema enorme o diminuto registrando el procedimiento y los instrumentos idóneas para lograr progresar correctamente, examinar la complejidad, y dar cuerpo a la resolución del problema en un caso definido creando cambios buenos. En este sentido, es decidir si se tiene algo importante o si se tiene alguna complejidad analizando de esta forma con fundamentos para tener una metodología idónea y ofrecer resoluciones ante ella de la mejor forma para realizar el arreglo de dicha complejidad. Debido a lo cual, es encontrar una buena alternativa y correctamente para llegar a una conclusión que constantemente son positivas y importantes al enfrentarlas con una solución correcta para los individuos u organización y escoger.

2.2.2. La satisfacción de los clientes

Según Quispe (2016), la satisfacción del comprador fue estudiada de distintas posibilidades durante los años. Previamente, la satisfacción se estudiaba en contestación a un estímulo. A partir de la perspectiva del marketing, se puede mirar que las necesidades de los clientes son atendidas una vez que la satisfacción se define como la percepción del cliente sobre la calidad y la prestación de los servicios, lo cual provoca que el cliente se sienta satisfecho con la atención recibida.

Del mismo modo, Vega (2017) no destaca que no se puede medir el grado de satisfacción por el cambio extremista en el estado de ánimo del cliente, debido a que, aunque el grado de satisfacción sea elevado o bajo, es imposible saber qué tan satisfecho quedó el cliente, lo cual produce que la organización se enfoque más en brindar un óptimo servicio y asegurar que la calidad sea alta, y dichos clientes logren hacer una compra repetida.

Según Hurtado (2019) el objetivo de este análisis ha sido decidir cómo la prestación de servicios perjudica a la satisfacción del comprador, que se estima un aspecto determinante en el triunfo de una organización. La satisfacción constantemente fue un proceso de evaluación, del cual se ha podido sustraer precisamente esos precedentes negativos que afectaban la prestación de los servicios, y con base a esto fue creado una estrategia de optimización, constantemente se van perfeccionando con un proceso evolutivo, tener al cliente satisfecho es la clave para tener productividad en la empresa a partir de los principios del marketing, debido a que este es considerado como un elemento concluyente de notoriedad, Además encierra la manera en que los ayudantes prestan el servicio y sobrepasan las expectativas del comprador.

El comprador no puede limitarse a conseguir únicamente el servicio que quiere, debido a que se sentiría engañado. En la indagación, además se concluyó que la satisfacción y el estado psicológico permanecen entrelazados, debido a que la satisfacción se fundamenta en los sentimientos exhibidas por los clientes, cuyas emociones continuamente estarán influenciadas por sus expectativas y sentimientos, ya sean positivos o negativos, sobre la vivencia obtenida. Según Carranza (2019) la satisfacción del comprador es la apariencia de más grande relevancia de la prestación de un servicio, debido a que es considerada la clave de las ventajas, y esta podría ser el término primordial si habláramos de un sistema monetario, debido a que hay las sugerencias de boca a boca y el comprador podría recomendarnos como servicio o producto.

Como aseguran Palomino (2021), el fin de la calidad va a ser constantemente la de saciar las solicitudes de los clientes. Si los clientes permanecen satisfechos con un servicio o producto, es más factible que lo promuevan a otros, incrementando de esta forma las ganancias de la compañía. Una entidad constantemente buscará saciar a sus clientes, sin embargo, le corresponde producir los instrumentos elementales para lograrlo. Según las definiciones mencionadas, la satisfacción del comprador es respetada y valorada como un componente decisivo de notoriedad

en cada una de las empresas. La satisfacción del comprador ha establecido una vez que un producto o servicio supera las expectativas del comprador.

Cuanto más grande sea la satisfacción, más grande va a ser la productividad de la compañía, lo cual crea actividades de optimización; las organizaciones presentes tienen que estar atentas al cliente, conocer sus necesidades, estar al tanto de las creaciones del mercado y generar costo agregado para que los clientes no se vayan a la competencia, donde recomiendan su compañía. Ya que un cliente satisfecho transmite a otros, mientras tanto que un cliente insatisfecho transmite a once, es más complejo motivar a un cliente insatisfecho.

2.2.2.1 Dimensiones de la satisfacción de los clientes

Percepción del rendimiento

Conforme con la revisión publicada por Montoya y Del Rosario (2021), la percepción ha tenido la mayor trascendencia en las últimas décadas y ha llegado a utilizarse indistintamente para mencionar a las propiedades relacionadas al campo visual.

Comúnmente, la percepción es constantemente visual, empero no es la situación de una cámara que lo graba todo, cada segundo y minuto; por consiguiente, una vez que un cliente entra en una entidad, únicamente puede resaltar las piezas que más le han impactado, ya sean positivas o negativas, y que fueron debidamente estudiadas y aprendidas de manera inconsciente por medio de una secuencia de procesos que permanecen en constante desplazamiento, jugando la sociedad un papel fundamental en la configuración de la percepción.

El rendimiento percibido

Es lo que el cliente mira y lo satisfecho que está con el servicio que recibió. A veces, la percepción de los clientes depende de su estado mental desde el momento en que entran hasta la conclusión del servicio. Según Pineda y Moreno (2019) el servicio mejora a medida que avanzan los años, y hoy en día, todas las entidades prestan un servicio al cliente interno. Es por ello que cada día vemos un mercado más avanzado, más comprometido debido a la alta demanda en cada área. En base a esto, ratificamos la importancia del servicio a nuestra investigación, donde el cliente puede aportar soluciones si no ha recibido un buen servicio. A menudo, las empresas creen que han satisfecho a sus clientes y clientes, pero empiezan a perderlos en favor de la competencia.

Para atraer a más clientes, no siempre es necesario que ofrezca sus servicios a un precio razonable; el servicio incluye varios aspectos, desde el buen trato hasta la atención durante su estadía. Por lo tanto, un servicio es un conjunto de tareas que buscan encontrar soluciones a las necesidades de un cliente, según la bibliografía citada. Según Yuts (2017) un servicio es la

amabilidad que se le da al cliente, con el valor añadido que se le ofrece que consiste en actividades que buscan satisfacer las necesidades del cliente.

Expectativas

Según Navarrete (2019) para lograr la satisfacción del cliente, uno de los factores más importantes para nuestra investigación es la calidad del producto. Además, tal y como afirman los autores, la calidad del producto estará relacionada con el número de veces que el cliente haya realizado una compra, ya que no será lo mismo preguntar a un cliente que sólo haya realizado una compra que a uno que haya realizado más de tres compras, ya que estos clientes pueden aportarnos información coherente y relevante.

Cada negocio tiene proveedores, y también debe investigar y evaluar con qué organizaciones colaborará para ofrecer productos de alta calidad al cliente. Incluso los proveedores no pueden mejorar los ingresos si no prestan un servicio de calidad.

III. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación positiva entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022

Hipótesis específicas

Existe relación entre la calidad del servicio con la amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.

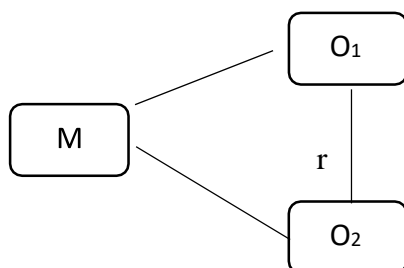
Existe relación entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.

Existe relación entre la calidad del servicio con las expectativas en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022

IV. Metodología.

4.1. Diseño de la investigación

Según Hernández (2018) corresponde al diseño correlacional y descriptivo en vista que se detalló la forma de relación de las dos variables “Calidad del servicio y satisfacción de los clientes” existiendo así una el grado de correlación significativa



Donde:

M : representa la muestra.

O1 : representa las observaciones de la variable 1

O2 : representa a las observaciones de la variable 2

r : representa la relación de las variables de estudio.

4.2. Población y Muestra.

Población

La presente investigación tuvo como población a 30 participantes

Muestra

Para realizar dicha investigación, la muestra estuvo conformada por 30 participantes.

Muestreo

En el presente estudio se aplicó el muestreo aleatorio simple

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	ESCALA
Calidad del servicio	Como calidad en el servicio se entiende que produce ganancias ya que hace que el cliente se siente motivado al acudir al mismo establecimiento para seguir adquiriendo el producto o servicio apreciando los beneficios que brinda la empresa (Rodríguez, 2019).	Es el comportamiento anhelado del cliente después de haber adquirido el producto o servicio	Capacidad de respuesta al cliente	Cumplimiento de compromisos	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos	Encuesta Cuestionario	LIKERT
					Librería Laurita, presta su servicio en el tiempo adecuado		
					Cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.		
			Empatía	Solución de problemas	Cuando tengo un problema Librería Laurita, muestran un sincero interés en solucionarlo		
					Los empleados de Librería Laurita le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas		
			Elementos tangibles	infraestructura	Librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna		
					Las instalaciones físicas de Librería Laurita son cómodas y visualmente atractivas		
			Fiabilidad	Eficiente	Habitualmente Librería Laurita presta bien el servicio		
					Los empleados de Librería Laurita ofrecen un servicio rápido y ágil		
					En Librería Laurita, insisten en no cometer errores en sus registros o documentos		
					Disposición de los trabajadores	Los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra	
			Los empleados de Librería Laurita siempre están dispuestos a ayudarlo.				
Seguridad	Zonas de seguridad	Los empleados de Librería Laurita informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.					
		El comportamiento de los empleados de Librería Laurita, le trasmite confianza.					
		Me siento seguro en las transacciones que realizo con Librería Laurita.					

Satisfacción de los clientes	Es el comportamiento anhelado del cliente después de haber adquirido el producto o servicio (Carranza, 2019)	Es básico para todo negocio ya que permite obtener ganancias al establecimiento en relación a las dimensiones del rendimiento percibido y expectativas básicas del cliente.	Amabilidad	Personalización	Los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado		
				Comprensión	Los empleados de Librería Laurita son siempre amables		
			Rendimiento percibido		Servicio	En Librería Laurita tienen horario adecuado	
				Los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.			
				Le parece apropiado los servicios de Librería Laurita			
				Calidad del producto	Percibe una excelente atención por parte de Librería Laurita		
			Expectativas	Beneficio del producto	Fueron buenos los resultados que obtuvo de los servicios de Librería Laurita		
					Son más atractivos los servicios que brindan los competidores de Librería Laurita		
					Los empleados de Librería Laurita ofrecen información y atención personalizada.		
					Los empleados de Librería Laurita buscan lo mejor para los intereses del cliente.		
				Influencia de terceros	Le parece interesante los beneficios que brinda Librería Laurita		
					Los empleados de Librería Laurita comprenden sus necesidades específicas		
					Anteriormente, ha tenido buenas experiencias de los servicios de Librería Laurita		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica que se empleó en la presente tesis fue la encuesta el cual nos permitió obtener datos para evaluar y determinar la relación entre las variables de investigación; dirigidos a los clientes de la librería Laurita que se encuentra en el distrito de Satipo.

Instrumentos

Cuestionario

Para la presente tesis se empleó como instrumento el cuestionario que está diseñado por preguntas que se elaboraron con nuestras variables en conjunto con las respectivas dimensiones e indicadores. Las preguntas son diseñadas con respuesta a escala de Likert y a través de ello se permite explorar cuestiones subjetivas e información necesaria de personas que validan nuestra investigación.

4.5. Plan de análisis

Se analiza la situación del problema con el instrumento, el cual tuvo una validez y confiabilidad, donde se utilizará para investigar la calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de la librería Laurita. Una vez obtenido la información pasamos analizar la información obtenida. Usaremos el paquete estadístico SPSS versión 24 para Windows desarrollado, para el procedimiento de datos aplicables. Se realizó la codificación de datos. Se elaborarán diagramas para facilitar su comprensión. Se realiza las conclusiones y recomendaciones.

De acuerdo a la metodología empleada, consistió en clasificar, ordenar y codificar los datos y la tabulación, presentación de datos en tablas y figuras. Asimismo, el consiguiente análisis e interpretación. También se empleó la prueba de normalidad, cuyo resultado, permitió al investigador decidir qué tipo de estadístico es el más adecuado para verificar y comprobar la hipótesis de investigación. De acuerdo a la estadística descriptiva se elaborará las tablas estadísticas y figuras.

Tablas: Los datos obtenidos se reflejarán en las tablas elaboradas para ambas variables en donde se observará los porcentajes. Figuras: Se mostrará en forma precisa sobre la información obtenida. Sobre la estadística inferencial se considerará la prueba de normalidad considerándose Shapiro-Wilk, debido a que la medida de la muestra corresponde a 30 participantes. La prueba no paramétrica Rho Spearman, prueba estadística para medir la correlación de ambas variables, lo cual sugiere una relación directa y significativa, con $p=0,000$ $0,05$. Es decir, un grado de importancia demasiado relevante.

4.6. Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.	<p>Problema general</p> <p>¿Qué relación existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar la relación que existe entre la calidad del servicio con la amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.</p> <p>Identificar la relación que existe entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con las expectativas en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existe relación positiva entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe relación entre la calidad del servicio con la amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.</p> <p>Existe relación entre la calidad del servicio con el rendimiento percibido en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022.</p> <p>Existe relación entre la calidad del servicio con las expectativas en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Calidad de Servicio</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Capacidad de respuesta al cliente</p> <p>Empatía</p> <p>Elementos tangibles</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Amabilidad</p> <p>Rendimiento percibido</p> <p>Expectativas</p>	<p>Tipo:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Método:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Diseño:</p> <p>Correlacional – No experimental.</p> <p>Población y Muestra: 30 trabajadores en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín,</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Cuestionario

4.7. Principios éticos

En el presente estudio de investigación se hace énfasis a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de las personas, respeto a la propiedad intelectual. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario de ULADECH católica, Principios Que Rigen La Actividad Investigadora

- Protección a las personas. - La investigación científica se realizó respetando la dignidad humana, su identidad, su diversidad en contexto quechua hablante, la privacidad y confidencialidad de sus actividades respetando su participación voluntaria y aceptando la información que se recibió con base al respeto pleno de sus derechos fundamentales.

- Beneficencia y no maleficencia. - Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en el trabajo de investigación; se cuidó de no dañar a las personas, maximizando los beneficios de su información.

- Justicia. - Durante la investigación se practicó el ejercicio de un juicio ponderable y razonable, evitando los sesgos y sin cometer prácticas injustas. Después del estudio fue necesario dar a conocer los resultados a quienes participaron en la investigación.

- Consentimiento informado y expreso. Se respetó la manifestación libre y voluntaria, informada, inequívoca y específica informándoles que los resultados de la investigación serán de uso solamente para el presente trabajo de investigación. Así mismo se reconoce que toda información utilizada en la presente investigación ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

V. Resultados

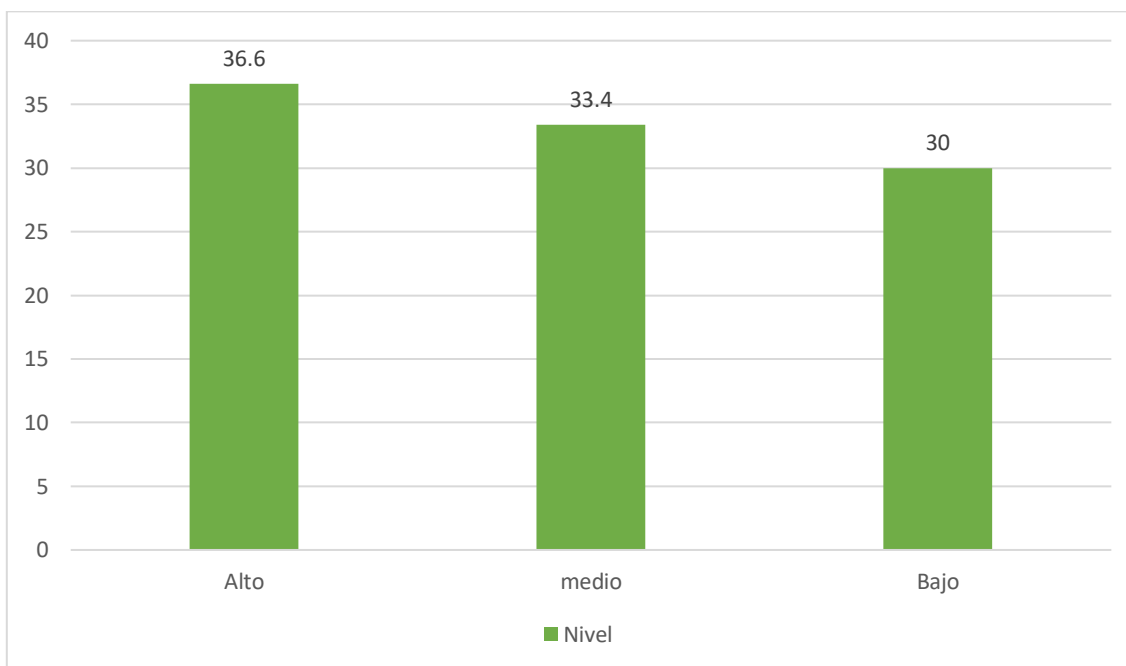
5.1.Resultados

Tabla N°1 Calidad del servicio

Nivel	Total	
	F	%
Alto	11	36,6
Medio	10	33,4
Bajo	9	30
Total	30	100

Nota. Calidad del servicio

Figura 1 Calidad del servicio



Nota. Tabla 1

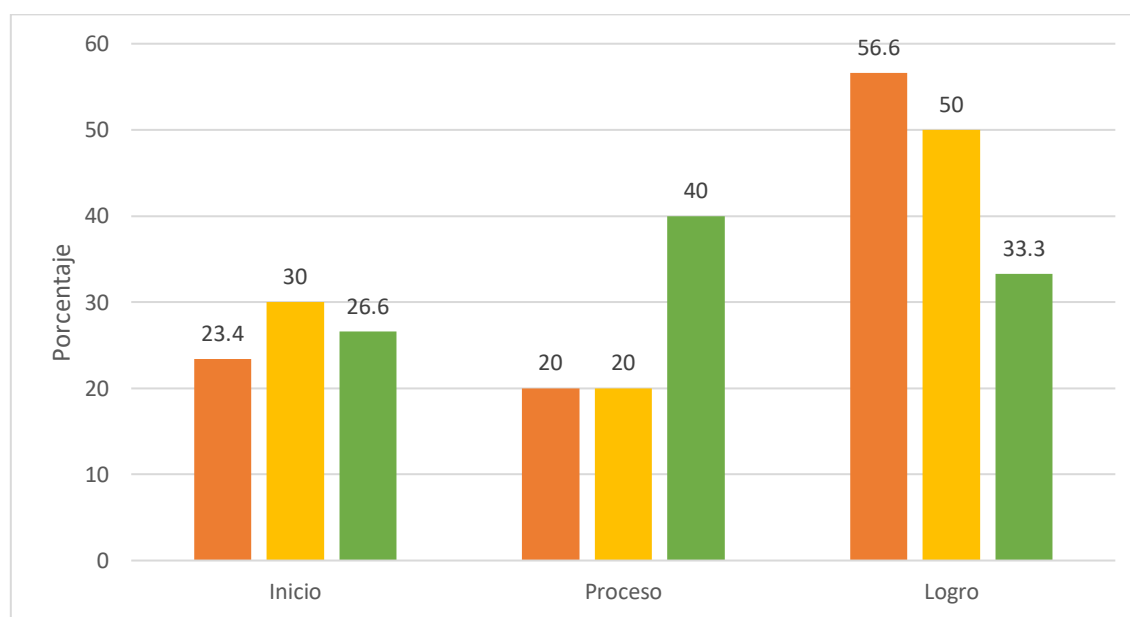
En la variable Calidad del servicio, se observó que trabajadores en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, el 36,6% se ubica en el nivel Alto, el 33,4% en medio y el 30% en bajo. Predominando el nivel alto.

Tabla N°2 Calidad del servicio por dimensiones

Nivel	DIMENSIONES					
	Confiabilidad		Capacidad de Respuesta		Seguridad	
	f	%	f	%	f	%
Inicio	7	23,4	9	30	8	26,6
Proceso	6	2	6	20	12	40
Logro	17	56,6	15	50	10	33,3
Total	30	100	30	100	30	100

Nota. Cuestionario Calidad del servicio.

Figura 2 Calidad del servicio por dimensiones



Nota. Tabla 2

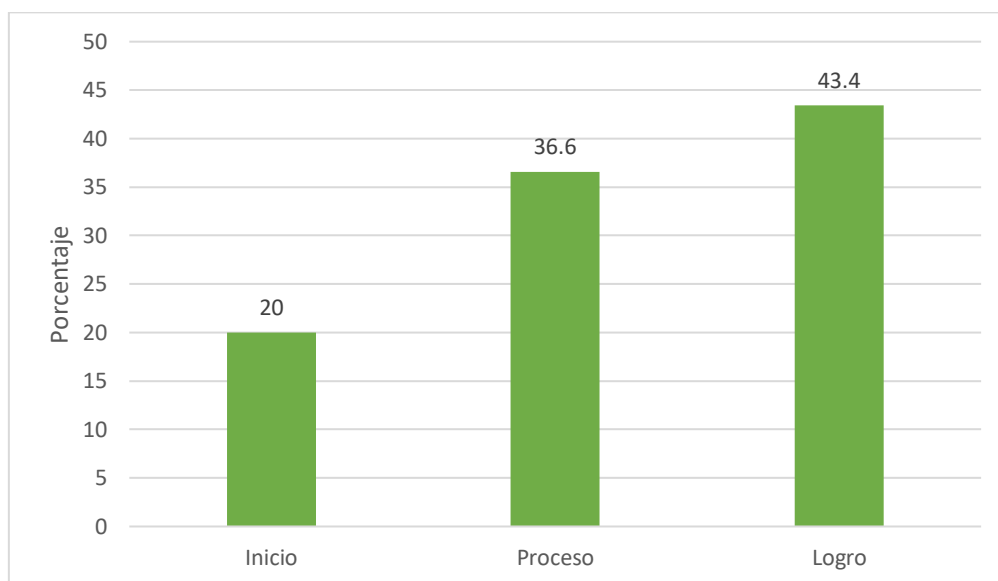
De igual manera, en cuanto a la variable Calidad del servicio por dimensiones, en Confiabilidad el 56,6% se encuentra en logro, en Capacidad de Respuesta el 20% se encuentra en proceso mismo modo en Seguridad con el 40%. Por consiguiente, las dimensiones que sobresalen son Calidad del servicio en Confiabilidad con el 56,6% y Capacidad de Respuesta con el 50%, ubicándose ambos en el nivel de logro.

Tabla N°3 Satisfacción de los clientes

Nivel	Total	
	F	%
Inicio	6	20
Proceso	11	36,6
Logro	13	43,4
Total	30	100

Nota: Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

Figura 3 Satisfacción de los clientes.



Nota. Tabla 3

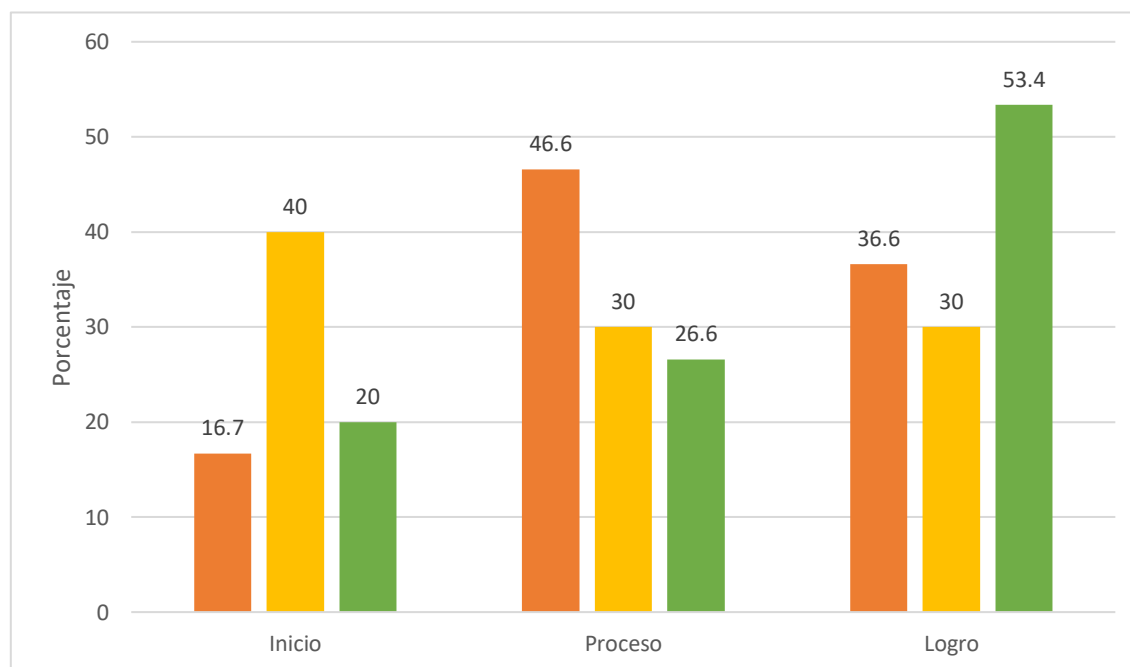
Se observó que en esta variable 2 aplicado a los trabajadores, el 43,4% se encuentra en logro, el 20% en inicio y el 36,6% en proceso, destacando el 43,4%.

Tabla N°4 Satisfacción de los clientes por dimensiones

Nivel	DIMENSIONES					
	Amabilidad		Rendimiento percibido		Expectativas	
	f	%	f	%	f	%
Inicio	5	16,7	12	40	6	20
Proceso	14	46,6	9	30	8	26,6
Logro	11	36,6	9	30	16	53,4
Total	30	100	30	100	30	100

Nota. Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

Figura 4 Satisfacción de los clientes por dimensiones



Nota. Tabla 4

Con relación a Satisfacción de los clientes por dimensiones, Amabilidad, rendimiento percibido, Expectativas se encuentra respectivamente en los siguientes porcentajes: el 36,6%, 30% y 53,4%. Por lo tanto, la dimensión con el más alto porcentaje es Expectativas con el 53,4% en el nivel de logro.

Tabla N°5 Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad del servicio	,228	30	,000	,837	30	,000
Satisfacción de los clientes	,309	30	,000	,699	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Cuestionarios de Calidad del servicio y Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

Los resultados de las pruebas de normalidad se presentan en esta tabla 5; se escogió la prueba de Shapiro-Wilk ya que la magnitud de la muestra para este análisis es de 30 trabajadores. Las variables Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes poseen una importancia de,000,05 y 000,05, respectivamente, no siguen una repartición usual, se rechaza la premisa nula y se usa la prueba de correlación Rho de Spearman.

Tabla N°6 Correlación de Rho Spearman entre variables

Variabes	Satisfacción de los clientes
	Correlación de Rho
Calidad del servicio	Spearman
	N

Nota: Cuestionario Calidad del servicio y Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

La Calidad del servicio al relacionarlo con la variable Satisfacción de los clientes se obtuvo un nivel de correlación de ,857, que representa una correlación positiva alta.

Tabla N° 7 Correlación de Rho Spearman por dimensiones

Variables	
Calidad del servicio	Satisfacción de los clientes
Dimensiones	Correlación de Rho Spearman
Amabilidad	,876
Rendimiento percibido	,823
Expectativas	,845
N	30

Nota. Cuestionario de Calidad del servicio y Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

Al correlacionar la variable Calidad del servicio en las tres dimensiones de Amabilidad, Rendimiento percibido y ubicación de la variable Satisfacción de los clientes, se obtuvo una correlación de ,876, ,823 y,845, lo que indica una alta correlación positiva. En consecuencia, existe una relación directa y significativa entre La Calidad del servicio y las dimensiones de la Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín- 2022.

Prueba de hipótesis

Tabla N°8 Coeficiente de Rho Spearman para el nivel de significancia entre variables

Variables	Satisfacción de los clientes
Calidad del servicio	Significancia (Bilateral)
	N
	,000
	30

Nota. Cuestionarios de Calidad del servicio y Satisfacción de los clientes.

La Calidad del servicio se relacionó con la Satisfacción de los clientes mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman, arrojando un nivel de significación de.000,05, que es menor a la significación estandarizada de.05, rechazando la hipótesis nula. Es decir, La Calidad del servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín - 2022, en una institución educativa.

Tabla N° 9 Coeficiente Rho Spearman para el nivel de significancia por dimensiones

Variables	
Satisfacción de los clientes	Calidad del servicio
Dimensiones	Significancia (Bilateral)
Amabilidad	,000
Rendimiento percibido	,000
Uso de recursos y materiales	,000
N	30

Nota. Cuestionario de Calidad del servicio y Cuestionario sobre Satisfacción de los clientes

En cuanto a la relación entre la Calidad del servicio y las dimensiones Amabilidad, Rendimiento percibido y Expectativas, se obtuvo un nivel de significación de .000,05 en las tres dimensiones, lo que representa una significación inferior a la significación estandarizada de .05, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de investigación, es decir, si existe una relación significativa entre la Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes.

5.2. Análisis de resultados

Conforme el objetivo general es determinar la relación que existe entre la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Para ello se realizó una prueba de confiabilidad y correlación por lo cual a si podemos dar entender la confirmación de la hipótesis general y específicas dándose así a conocer que existe una correlación positiva moderada con un Rho Spearman de 0.857 entre la calidad el servicio en relación con la satisfacción con un nivel de significancia menor a 0,05 ($0,001 < 0,05$)

Referente a los resultados, se explica lo próximo: A diferencia del análisis llevado a cabo a grado mundial por López (2018), menciona en su tesis "Calidad del servicio y satisfacción del comprador del restaurante Rachy's en la urbe de Guayaquil" evalúa los componentes que influyen en la calidad del servicio y la satisfacción, señalando que indudablemente esta variable influye en el grado de calidad de las entidades y más todavía que día a día se abren más restaurantes, lo cual trae como resultado que tengamos una población cada vez más exigente.

Es decir, consistente con los resultados del presente análisis, los cuales además fueron aplicados

a la librería Laurita en el área de Satipo de 2022. Se localizó existente una sociedad moderadamente buena entre la calidad del servicio y la felicidad de los consumidores. Se ha podido mirar varias quejas por los consumidores donde pudieron percibir la carencia de entendimiento, falta de buen trato por parte del personal de servicio, y lo más relevante falta de estabilidad en la misma, limpieza, orden y zonas seguras e instalaciones atractivas con buenos acabados. Esta información ha sido obtenida por medio de la observación y encuestas a fin de examinar y conocer más sobre la calidad del servicio y la satisfacción en la microempresa, librería Laurita, distrito Satipo, 2022. Ya que dichos inconvenientes menores fueron descubiertos una vez que el consumidor estaba recibiendo el servicio, los resultados no fueron en especial alentadores pues la calidad no es algo que se añade a un servicio, sino que es lo cual el comprador obtiene de él. Frente a esto en las magnitudes de capacidad de contestación y estabilidad según las tablas, Teves (2018) localizó que estas son las propiedades que inciden en un más grande grado de satisfacción y alcanzó la conclusión de existente una analogía con el análisis de López.

Los recursos tangibles son puntos físicos que el comprador percibió como medibles y cuantificables, y según Torres (2019) en su tesis "La calidad del servicio y su interacción con la satisfacción del comprador del Club de hinchas de fútbol, Lima Noviembre", evaluó las 5 magnitudes que miden la calidad del servicio, entre ellas "la velocidad de contestación, la fiabilidad, la estabilidad y la empatía", donde detalla el valor de todas ellas.

Según Carcausto (2019), en su tesis titulada "Interacción entre la calidad del servicio y la satisfacción del comprador en el Hotel Sakura de la urbe de Juliaca", considero que la calidad del servicio es el cumplimiento de las reglas que se establecen para que no haya problemas ya que la calidad es el grupo de características innatas que permiten juzgar el costo del servicio así sea con base a las propiedades del servicio o a eso que el comprador obtiene de él y por lo cual está dispuesto a costear.

Cada comprador puede experimentar o consumir un definido servicio o bien y sentirse satisfecho con él. Esto es dependiente del trato que reciba el comprador, debido a que la satisfacción es el resultado de las prestaciones del servicio, y la calidad del servicio

continuamente está definida por una evaluación especial, así sea de las creencias o de las vivencias. Ambas cambiantes de este análisis no fueron en relación ni estudiadas por ningún otro análisis mundial, nacional o local; no obstante, tienen la posibilidad de señalar estudios que investigan por separado todas ambas variables.

VI. Conclusiones

Se ha determinado que la Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes se relacionan significativamente en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín,2022 (0,857)

Se ha establecido que la Calidad del servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los clientes en la dimensión amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín,2022; siendo la relación alta entre variables. (0,876)

Se ha establecido que la Calidad del servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los clientes en la dimensión Rendimiento percibido en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín,2022; siendola relación alta entre variables. (0,823)

Se ha establecido que la Calidad del servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los clientes en la dimensión Expectativas en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín,2022; siendo la relación alta entre variables. (0,845)

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Se indica que la micro empresa librería Laurita implemente un proceso de capacitación y seguimiento para mejorar el funcionamiento de los trabajadores, de forma que mejore, mostrando superiores capacidades y destrezas en base a la Satisfacción de los clientes.

Los trabajadores tienen que fortalecer la Satisfacción de los clientes organizando y planificando los conocimientos que se imparten como parte de un liderazgo que ayude a llevar a cabo con las metas de Satisfacción de los clientes que se articulan con los contenidos al laborar estratégicamente.

Se indica que los trabajadores fortalezcan el carácter pragmático del trabajo en el aula, para lo que es importante que el trabajo de organización se dirija con una perspectiva holística para poder desarrollar la competencia y de esta forma poder consumir con las solicitudes sociales.

Referencias Bibliográficas

- Agurto, J. (2021). *Comportamiento organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huari*.
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/4928/JUAN%20EMER%20AGURTO%20GOMEZ.pdf?sequence=1>
- Andrade, E. (2018). *Elaboración de una guía por gestión de procesos en selección de proveedores para optimizar la rentabilidad en la farmacia la rebaja, d.m.q periodo 2018. s.l.: instituto tecnológico cordillera*.
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/4558>
- Anex, A. (2018). *¿Por qué fracasan los proyectos en las organizaciones?*
<http://www.emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=1275>
- Avendaño, W. (2021). *Estilos de aprendizaje en educación superior: lecturas desde un programa de ciencias empresariales en una universidad pública*.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/7528>
- Baustista, E., & Romero, A. (2017). *Propuesta de manual para la ejecución de proyectos de edificaciones en empresas constructoras medianas, aplicando los fundamentos del PMBOK*.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3021/bautista_romero.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bustamante, Y. (2019). *Factores que determinan la Inserción Laboral de los becarios de Beca 18 en el departamento de Lambayeque, 2018*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31916>
- Cardona, M. (2017). *Capital Humano: Una mirada desde la educación y la experiencia laboral. Medellín- Coloombia: Dirección de investigación y docencia universitaria*.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3878/Mariel_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Carranza, F. (2019). *Compromiso laboral y la ejecución de expedientes técnicos en el Programa Nacional de Inversiones en Salud en el año 2019*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49076/Carranza_RFJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cedron, A. (2018). *Clima organizacional y satisfacción laboral en los docentes de una universidad privada de Trujillo*. <https://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/523>
- Chang, J. (2017). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Chávez, M. (2019). *El sistema de control interno como herramienta de gestión en las empresas industriales Latinoamericanas*.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:luXHh1q5zO0J:https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23126&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Chávez, R. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf
- Contreras, D., & Jiménez, L. (2016). *Liderazgo y clima organizacional en un colegio de Cundinamarca. Lineamientos básicos para su intervención*.
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11983/ContrerasRios-Doris-2016.pdf?sequence=9&isAllowed=y>
- Cruzado, C. (2017). *Percepción del Campo virtual y la satisfacción de los estudiantes de Ingeniería de Sistemas de la Universidad César Vallejo [Tesis de maestría Docencia, Universidad Cesar Vallejo]*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7619/Cruzado_PDLVCF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- de Medina, M. (2018). *Cultura y clima en las organizaciones educativas, factor determinante en la eficacia del personal docente*.

- Enriquez, J. (2018). *Enríquez, J. (2018). Capacidades profesionales y la inserción laboral en estudiantes de de mecánica automotriz del ISTP – María Rosario Araoz Pinto - San Miguel*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14176>
- Enríquez, L. I. (2017). *La comunicación y la colaboración vistas a través de la experiencia en un MOOC*. *Apertura*, 9(1), 126-143. <http://www.scielo.org.mx/pdf/apertura/v9n1/2007-1094-apertura-9-01-00126.pdf>
- Ferruzo, P. (2019). *Liderazgo del director, calidad de la administración educativa y manejo maestro en la Organización Educativa Emblemática "Daniel Alcides Carrión" - Pasco*. http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1530/1/T026_04015309_M.pdf
- Gallo, J. (2018). *Los cuatro espacios: un modelo para la organización física de la biblioteca*. *Anuario ThinkEPI*. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.11>
- García, D. (2020). *Clima organizacional y desempeño docente en las unidades educativas "Fe y Alegría", Guayaquil Ecuador [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]*. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/14576/Garcia_ad.pdf?sequence=1
- García, P. (2017). *Propuesta de Implementación de la Gestión de la Planificación para Proyectos en Base a los Lineamientos del PMBOK del PMI, para la reducción de costos de una empresa de Proyectos*. http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15475/1/GARC%C3%80DAVELARDE_CRUZ_PAM_IMP.pdf
- Gómez, N. (2019). *Metodología de la investigación, ¿Para qué? La producción de los datos y los diseños*. Teseo. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf
- Griffin, R., & Phillips, J. (2017). *Comportamiento organizacional. Administración de personas y organizaciones*. https://issuu.com/cengagelatam/docs/griffin_issuu

Hernández, M., & Merino, E. (2021). *La calidad de atención y la satisfacción del usuario en tiempos de pandemia en el Centro de Salud Pachacútec en la ciudad de Cajamarca en 2021.*

<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2025/TESIS%20CALIDAD%20DE%20LA%20ATENCIÓN%20Y%20SATISFACCIÓN%20DEL%20USUARIO%20EN%20TIEMPO%20DE%20PANDEMIA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2018). *Metodología de la Investigación.* México: Mc Graw Hill.

Herrera, C. J. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, provincia de Satipo, año 2017.* Satipo: uladech. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4625>

Hope. (2016). *Laboratorio pedagógico.* Lima: Minedu.

Huanca, E. (2017). *Implementación del proceso de serigrafía para la mejora de la productividad en empresa de confección textil en Lima [Tesis de Ingeniería, Universidad San Ignacio de Loyola].* http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3576/1/2017_Huanca-Torres.pdf

Hurtado, J. (2019). *Factores que limitan la inserción laboral de los estudiantes del instituto de educación superior tecnológico público Oyón, Lima provincia.* <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27615>

Inga, M. (2021). *Clima Organizacional y el Desempeño Laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Bellavista de la Unión – Sechura, 2018”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Piura - Perú.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80956/Inga_SMC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

León, D., & Torres, L. (2020). *propuesta de plan de gestión bajo los lineamientos de las buenas prácticas del pmbok® para la dirección de proyectos de construcción en la empresa COVICSA, 2020.* <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27575?show=full>

- Liza, W., & Pereira, R. (2020). *Clima organizacional y desempeño docente en una institución educativa de sartimbamba, región la libertad*.
https://repositorio.uct.edu.pe/bitstream/123456789/776/1/019102372E_019101967E_M_2020.pdf
- Lopez, J. M. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los servicios que ofrecen los restaurantes y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del distrito de Suyo, provincia de Ayabaca, 2018*. Chimbote: Uladech. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19092>
- López, M. D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Loreña, Q. D. (2019). *calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant - hotel el bambú del distrito de Pichanaki, 2019*. Satipo: ULADECH. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15102>
- LLerena, K. V. (2018). *Propuesta de sistema de gestión enfocado en los lineamientos del PMBOK 5ta edición, en el área de conocimiento de la gestión del alcance para proyectos de construcción por la microempresa: AYH Ingenieros SCRL en la ciudad del cusco*.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624837/Llerena_%20FV.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Manene, L. (2019). *La motivación y la satisfacción en el trabajo y sus teorías*. Bibao. <http://www.luismiguelmanene.com/2012/09/16/la-motivacion-y-satisfaccion-en-el-trabajo-y-sus-teorias/>
- Mendez, B. (2021). *El control interno y su influencia en la gestión de crédito y cobranzas en la empresa centro de Carnes C&C Pozuzo EIRL, 2019*.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15305/Mendez-Control-interno-influencia-gesti%C3%B3n-credito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Montalván, D. (2018). *Características asociadas a la evaluación formativa y su relación con el aprendizaje de habilidades matemáticas en estudiantes de la carrera profesional de Administración de Empresas [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Educación]*.
- Montenegro, L. (2018). *Guía didáctica del curso E-258, Metodología de la Investigación*. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/07/07_6538.pdf
- Montoya, C., & Del Rosario, C. (2021). *Estudio del Programa Nacional para la Promoción de Oportunidades Laborales Impulsa Perú, y su impacto en la promoción del empleo en Lima Metropolitana*. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10470/2/IV_PG_MGP_T E_Montoya_Perez_Rosas_Restringido_2021.pdf
- Navarrete, J. (2019). *Las ampliaciones de plazo, generados por expedientes técnicos mal elaborados y los perjuicios económicos en la unidad ejecutora Lima Sur*.
- Paez, S. F. (2019). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollerías des distrito de Satipo 2019*. Satipo: Uladech. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14939>
- Palomino, A. (2021). *Inserción laboral y empleabilidad de egresados universitarios de la Macro Región Centro del Perú*. <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/1270>
- Pérez, K., & Peley, R. y. (2017). “*El rendimiento académico de estudiantes universitarios del área de Psicología: relaciones con el clima organizacional*”. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VG5Z66AhRsgJ:https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/praxis/article/download/2069/1517/5891+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Pineda, R., & Moreno, G. (2019). *Instrumentos para la determinación de los factores de la inserción laboral en estudiantes universitarios*. <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/345>

- Pino, F. (2020). *Currículo rediseñado de la carrera de Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros, en el nivel de satisfacción con la carrera elegida de los estudiantes de la Univesidad Privada Telesup. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.* <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11527>
- Púm, K. (2018). *Competencias laborales y evaluación del desempeño. Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango:.* <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Pum-Kinberly.pdf>
- Quijano, M. (2018). *Competencias profesionales y Compromiso organizacional en los trabajadores de la Municipalidad de Independencia.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30489/Quijano_RME.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, C. Y. (2020). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Librería Bazar Víctor y Betty Callao 2020.* callao: UCV. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54572>
- Ramos, V. E., Salazar, B. G., & Sevilla, H. S. (2018). *La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua.* AMBATO – ECUADOR: Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera Organización de Empresas. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28427>
- Rivera, M. M. (2019). *Calidad de servicio que brinda la empresa ELEVATE BUSINESS y estrategias para su mejora.* Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/2084/ADM-RIV-MER-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, R. S. (2019). *La calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador.* Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>

- Rodríguez, J. (2010). *La inserción laboral de los recién egresados universitarios en el Perú*.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14886/TORRES_DIEGO_INSERTION_LABORAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, E. (2017). *Competencias profesionales y desempeño laboral del personal administrativo de la sede central Instituto Nacional Penitenciario*.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9082/Rojas_VEJ.pdf?sequence=1
- Rojas, V. (2017). *Rojas V. Edgardo J. (2017). Competencias profesionales y desempeño laboral del personal administrativo de la sede central instituto nacional penitenciario 2016. Lima.*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9082/Rojas_VEJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salud, O. M. (2018). *Habilidades para la vida*. <http://hdl.handle.net/20.500.12442/2504>
- Salud, O. M. (2020). *Plan de acción sobre salud mental*.
https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/97488/9789243506029_spa.pdf
- Samaniego, R. N. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de neuromarketing en las mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Pangoa, provincia de Satipo, año 2018*. satipo: uladech. Obtenido de
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10498>
- Sánchez, H. (2021). *La motivación laboral y el comportamiento organizacional de la Empresa Energía y Organización de Sistemas S.A. - Piura, año 2021*. entre la motivación laboral y el comportamiento organizacional de la Empresa Energía y Organización de Sistemas S.A. - Piura, año 2021
- Santana, M. (2018). *“Comportamiento Organizacional para el manejo de conflictos laborales en instituciones de salud pública en la ciudad de Ambato*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28300/1/38%20GTH.pdf>

- Torres, C., & Peralta, R. (2020). *El grado de entendimiento sobre la evaluación formativa y su interacción con el manejo maestro en la organización educativa INA 67, Cusco - 2019*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/12773>
- Valcazar, C. M. (2018). *gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017*. Lima: Uladech. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9337>
- Vergara, A. (2017). *Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una Agencia Bancaria*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621717>
- Vega, A. G. (2017). *La calidad de servicio y atención al cliente y su relación en la satisfacción del usuario del Centro de Transferencia Tecnológica para la Capacitación e Investigación en Control de Emisiones Vehiculares - CCICEV*. Quito: Quito: UCE. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11789>
- Yuts, O. (2017). *Propuesta de una metodología para dirección de proyectos en la empresa ABC*. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9137/Propuesta%20de%20una%20metodolog%C3%ADa%20para%20direcci%C3%B3n%20de%20proyectos%20en%20la%20empresa%20ABC%20Olga%20Yuts%2016.06.17.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 1: PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (CIENCIAS E INGENIERIAS)

La finalidad de este protocolo de Ciencias e Ingenierías, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula “**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA MICRO EMPRESA, LIBRERÍA LAURITA, DISTRITO SATIPO, JUNIN, 2022.**” Y es dirigido por **AQUIO DEYMERSON ARMAS SOLIS**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LAS ENCUESTAS.**

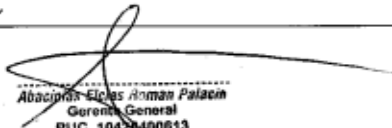

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la Pagina de la Universidad.

Si desea, también podrá escribir al correo aquio.armas@gmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre y Apellidos	Abacinas Elcias Roman Palacin
Fecha	21-07-2022
Firma del participante	 Abacinas Elcias Roman Palacin Gerente General RUC 10426490613
Firma del investigador	 Aquio Deymerson Armas Solis

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos
CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado(a) participante.

Le agradezco que haya decidido participar en la investigación. Es necesario que dedique aproximadamente, 20 minutos, para responder el siguiente:

N°	ITEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.					
2	Las instalaciones físicas de Librería Laurita son cómodas y visualmente atractivas.					
3	Los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra.					
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos.					
5	Cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.					
6	Cuando tengo un problema Librería Laurita, muestran un sincero interés en solucionarlo.					
7	Habitualmente Librería Laurita presta bien el servicio.					
8	Librería Laurita, presta su servicio en el tiempo adecuado.					
9	En Librería Laurita, insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.					
10	Los empleados de Librería Laurita informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.					
11	Los empleados de Librería Laurita ofrecen un servicio rápido y ágil.					
12	Los empleados de Librería Laurita siempre están dispuestos a ayudarle.					
13	Los empleados de Librería Laurita le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.					
14	El comportamiento de los empleados de Librería Laurita, le trasmite confianza.					
15	Me siento seguro en las transacciones que realizo con Librería Laurita.					

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado(a) participante.

Le agradezco que haya decidido participar en la investigación. Es necesario que dedique aproximadamente, 20 minutos, para responder el siguiente:

N°	ITEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	Los empleados de Librería Laurita son siempre amables.					
2	Los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.					
3	Los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado.					
4	En Librería Laurita tienen horario adecuado.					
5	Los empleados de Librería Laurita ofrecen información y atención personalizada.					
6	Los empleados de Librería Laurita buscan lo mejor para los intereses del cliente.					
7	Los empleados de Librería Laurita comprenden sus necesidades específicas.					
8	Le parece apropiado los servicios de Librería Laurita					
9	Fueron buenos los resultados que obtuvo de los servicios de Librería Laurita					
10	Percibe una excelente atención por parte de Librería Laurita					
11	Influyen las opiniones que tienen los demás acerca de Librería Laurita.					
12	Le parece interesante los beneficios que brinda Librería Laurita					
13	Anteriormente, ha tenido buenas experiencias de los servicios de Librería Laurita					
14	Escucha opiniones positivas de amigos, familiares y conocidos sobre los servicios que ofrece Librería Laurita					
15	Son más atractivos los servicios que brindan los competidores de Librería Laurita					

Anexo 3: Validación de instrumentos

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.	X		X		X		
2	Las instalaciones físicas de Librería Laurita son cómodas y visualmente atractivas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra.	X		X		X		
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos.	X		X		X		
5	Cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Cuando tengo un problema Librería Laurita, muestran un sincero interés en solucionarlo.	X		X		X		
7	Habitualmente Librería Laurita presta bien el servicio.	X		X		X		
8	Librería Laurita, presta su servicio en el tiempo adecuado.	X		X		X		
9	En Librería Laurita, insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.	X		X		X		
10	Los empleados de Librería Laurita informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.	X		X		X		

	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Los empleados de Librería Laurita ofrecen un servicio rápido y ágil.	X		X		X		
12	Los empleados de Librería Laurita siempre están dispuestos a ayudarlo.	X		X		X		
13	Los empleados de Librería Laurita le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.	X		X		X		
14	El comportamiento de los empleados de Librería Laurita, le transmite confianza.	X		X		X		
15	Me siento seguro en las transacciones que realizo con Librería Laurita.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): __suficiencia__


Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg. Romel Adrianzen Carrasco

DNI: **45931097**

Especialidad del validador: Educación Universitaria

15 de setiembre del 2022.



Mg. Romel E. Adrianzen Carrasco

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N o	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Suger encia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.	X		X		X		
2	Las instalaciones físicas de Librería Laurita son cómodas y visualmente atractivas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra.	X		X		X		
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos.	X		X		X		
5	Cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Cuando tengo un problema Librería Laurita, muestran un sincero interés en solucionarlo.	X		X		X		
7	Habitualmente Librería Laurita presta bien el servicio.	X		X		X		
8	Librería Laurita, presta su servicio en el tiempo adecuado.	X		X		X		
9	En Librería Laurita, insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.	X		X		X		
10	Los empleados de Librería Laurita informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	

11	Los empleados de Librería Laurita ofrecen un servicio rápido y ágil.	X		X		X		
12	Los empleados de Librería Laurita siempre están dispuestos a ayudarle.	X		X		X		
13	Los empleados de Librería Laurita le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.	X		X		X		
14	El comportamiento de los empleados de Librería Laurita, le trasmite confianza.	X		X		X		
15	Me siento seguro en las transacciones que realizo con Librería Laurita.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

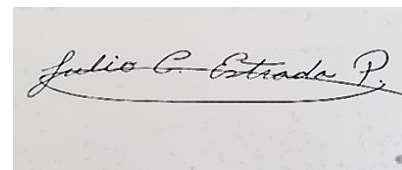
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg. Julio César Estrada Pacherez

DNI: 25771134

Especialidad del validador: Educación Universitaria

15 de setiembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO**

N o	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Suger encia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.	X		X		X		
2	Las instalaciones físicas de Librería Laurita son cómodas y visualmente atractivas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra.	X		X		X		
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos.	X		X		X		
5	Cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Cuando tengo un problema Librería Laurita, muestran un sincero interés en solucionarlo.	X		X		X		
7	Habitualmente Librería Laurita presta bien el servicio.	X		X		X		
8	Librería Laurita, presta su servicio en el tiempo adecuado.	X		X		X		
9	En Librería Laurita, insisten en no cometer errores en sus registros o documentos.	X		X		X		
10	Los empleados de Librería Laurita informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	

11	Los empleados de Librería Laurita ofrecen un servicio rápido y ágil.	X		X		X		
12	Los empleados de Librería Laurita siempre están dispuestos a ayudarle.	X		X		X		
13	Los empleados de Librería Laurita le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.	X		X		X		
14	El comportamiento de los empleados de Librería Laurita, le trasmite confianza.	X		X		X		
15	Me siento seguro en las transacciones que realizo con Librería Laurita.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

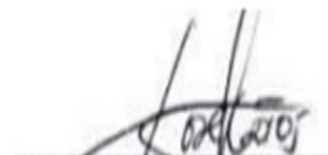
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg. José Pablo Mendizábal Cotos

DNI: 71139038

Especialidad del validador: Educación Universitaria

15 de setiembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE
LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Los empleados de Librería Laurita son siempre amables.	X		X		X		
2	Los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado.	X		X		X		
4	En Librería Laurita tienen horario adecuado.	X		X		X		
5	Los empleados de Librería Laurita ofrecen información y atención personalizada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Los empleados de Librería Laurita buscan lo mejor para los intereses del cliente.	X		X		X		
7	Los empleados de Librería Laurita comprenden sus necesidades específicas.	X		X		X		
8	Le parece apropiado los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
9	Fueron buenos los resultados que obtuvo de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
10	Percibe una excelente atención por parte de Librería Laurita	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Influyen las opiniones que tienen los demás acerca de Librería Laurita.	X		X		X		

12	Le parece interesante los beneficios que brinda Librería Laurita	X		X		X		
13	Anteriormente, ha tenido buenas experiencias de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
14	Escucha opiniones positivas de amigos, familiares y conocidos sobre los servicios que ofrece Librería Laurita	X		X		X		
15	Son más atractivos los servicios que brindan los competidores de Librería Laurita	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

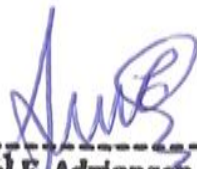
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg. Romel Adrianzen Carrasco

DNI: **45931097**

Especialidad del validador: Educación Universitaria

15 de setiembre del 2022.



Mg. Romel E. Adrianzen Carrasco

Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N o	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Suger encia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Los empleados de Librería Laurita son siempre amables.	X		X		X		
2	Los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado.	X		X		X		
4	En Librería Laurita tienen horario adecuado.	X		X		X		
5	Los empleados de Librería Laurita ofrecen información y atención personalizada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Los empleados de Librería Laurita buscan lo mejor para los intereses del cliente.	X		X		X		
7	Los empleados de Librería Laurita comprenden sus necesidades específicas.	X		X		X		
8	Le parece apropiado los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
9	Fueron buenos los resultados que obtuvo de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
10	Percibe una excelente atención por parte de Librería Laurita	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Influyen las opiniones que tienen los demás acerca de Librería Laurita.	X		X		X		
12	Le parece interesante los beneficios que brinda Librería Laurita	X		X		X		
13	Anteriormente, ha tenido buenas experiencias de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		

14	Escucha opiniones positivas de amigos, familiares y conocidos sobre los servicios que ofrece Librería Laurita	X		X		X		
15	Son más atractivos los servicios que brindan los competidores de Librería Laurita	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): suficiencia

—

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []

No aplicable []

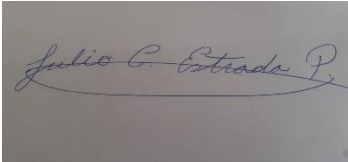
Apellidos y nombres del juez validador Mg. Julio César Estrada

Pacherrez

DNI: 25771134

Especialidad del validador: Educación Universitaria

15 de setiembre del 2022.



Firma del Experto Informante.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N o	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Suger encia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Los empleados de Librería Laurita son siempre amables.	X		X		X		
2	Los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	X		X		X		
3	Los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado.	X		X		X		
4	En Librería Laurita tienen horario adecuado.	X		X		X		
5	Los empleados de Librería Laurita ofrecen información y atención personalizada.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
6	Los empleados de Librería Laurita buscan lo mejor para los intereses del cliente.	X		X		X		
7	Los empleados de Librería Laurita comprenden sus necesidades específicas.	X		X		X		
8	Le parece apropiado los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
9	Fueron buenos los resultados que obtuvo de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		
10	Percibe una excelente atención por parte de Librería Laurita	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Influyen las opiniones que tienen los demás acerca de Librería Laurita.	X		X		X		
12	Le parece interesante los beneficios que brinda Librería Laurita	X		X		X		
13	Anteriormente, ha tenido buenas experiencias de los servicios de Librería Laurita	X		X		X		

14	Escucha opiniones positivas de amigos, familiares y conocidos sobre los servicios que ofrece Librería Laurita	X		X		X		
15	Son más atractivos los servicios que brindan los competidores de Librería Laurita	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): suficiencia

—

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir []
 No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Mg. José Pablo Mendizábal Cotos

DNI: 71139038

Especialidad del validador: Educación Universitaria

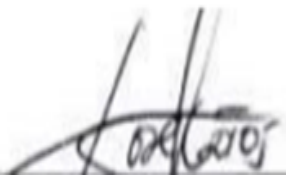
15 de setiembre del 2022.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.