

**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**



**TESIS**

“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022”

**AUTOR:**

Bach. Lopez Rojas, Walter

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**ASESOR:**

Mg. Hermoza Ochante, Rubén Edgar

ID ORCID: 0000-0003-4769-0101

DNI: 42037740

**LIMA - PERÚ**

**2024**

## INFORME DE SIMILITUD - TURNITIN



### INFORME DE SIMILITUD N°001-2024-UPCI-FCEYN-REHO-T

**A** : **MG. HERMOZA OCHANTE RUBÉN EDGAR**  
Decano (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Negocios

**DE** : **MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR**  
Docente Operador del Programa Turnitin

**ASUNTO** : Informe de evaluación de Similitud de Tesis:  
**BACHILLER LOPEZ ROJAS, WALTER**

**FECHA** : Lima, 6 de enero de 2024.

---

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de informar lo siguiente:

1. Mediante el uso del programa informático **Turnitin** (con las configuraciones de excluir citas, excluir bibliografía y excluir oraciones con cadenas menores a 20 palabras) se ha analizado la Tesis titulada: "**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA CABLE MAS DEL DISTRITO DE CARABAYLLO, 2022**", presentado por el Bachiller **LOPEZ ROJAS, WALTER**.
2. Los resultados de la evaluación concluyen que la Tesis en mención tiene un **ÍNDICE DE SIMILITUD DE 29%** (cumpliendo con el artículo 35 del Reglamento de Grado de Bachiller y Título Profesional UPCI aprobado con Resolución N° 373-2019-UPCI-R de fecha 22/08/2019).
3. Al término análisis, el Bachiller en mención **PUEDE CONTINUAR** su trámite ante la facultad, por lo que el resultado del análisis se adjunta para los efectos consiguientes

Es cuanto hago de conocimiento para los fines que se sirva determinar.

Atentamente,

  
-----  
**MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR**  
Universidad Peruana de Ciencias e Informática  
Docente Operador del Programa Turnitin

*Adjunto:*

- \*Recibo digital turnitin*
- \*Resultado de similitud*

**DEDICATORIA**

*Para los motorcitos de mi vida, mis queridos hijos.*

## **AGRADECIMIENTO**

A todos los familiares que motivaron mi crecimiento, a mi familia por acompañarme y apoyarme en circunstancias críticas, a los docentes que resolvieron algunas dudas metodológicas y a mi querida alma mater.

## PRESENTACIÓN

Con el propósito de ostentar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, se desarrolló la investigación titulada “**Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022**”; el cual presento a los jurados calificadores de la universidad, colegas administradores y estudiantes de esta hermosa carrera profesional, investigación desarrollada con el propósito práctico de plantear mejoras a la empresa Cable Mas en relación a la calidad del servicio que mantiene a sus clientes en el distrito de Carabaylo, tratando de lograr mejoras significativas en la satisfacción de los clientes de la empresa, en la redacción se cumplió con las normas APA, la estructura de tesis cuantitativa publicada por la universidad y los requerimientos de la facultad.

Atentamente,

*Bach. Lopez Rojas, Walter.*

## ÍNDICE

<b>INFORME DE SIMILITUD - TURNITIN</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>x</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>12</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>13</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>14</b>
1.1. Realidad problemática .....	14
1.2. Planteamiento del problema .....	18
1.2.1. Problema General .....	18
1.2.2. Problemas Específicos .....	18
1.3. Hipótesis de la investigación .....	18
1.3.1. Hipótesis General .....	18
1.3.2. Hipótesis Específicas .....	18
1.4. Objetivos de la Investigación .....	19
1.4.1. Objetivo General .....	19
1.4.2. Objetivos Específicos .....	19
1.5. Variables, dimensiones e indicadores .....	20
1.6. Justificación del estudio .....	20
1.7. Antecedentes nacionales e internacionales .....	22
1.8. Marco Teórico .....	25
1.8.1. Calidad de servicio .....	25
1.8.2. Satisfacción del cliente .....	28
1.9. Definición de términos básicos .....	31

<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>33</b>
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	33
2.2. Población y Muestra.....	34
2.2.1. Población.....	34
2.2.2. Muestra.....	35
2.3. Técnicas para la recolección de datos .....	35
2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos .....	35
2.5. Procesamiento y análisis de datos .....	38
2.6. Aspectos éticos.....	39
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>40</b>
3.1. Resultados descriptivos .....	40
3.1.1. De la Variable Calidad del servicio.....	40
3.1.2. De la Variable Satisfacción del Cliente.....	52
3.2. Prueba de normalidad.....	64
3.3. Contrastación de las Hipótesis .....	66
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>69</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>71</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>72</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>74</b>
<b>Anexo 1. Matriz de Consistencia.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos .....</b>	<b>77</b>
<b>Anexo 3. Base de datos.....</b>	<b>79</b>
<b>Anexo 4. Evidencia de similitud digital .....</b>	<b>80</b>
<b>Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio .....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo 6. Formatos de validación de instrumento .....</b>	<b>85</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la variable calidad del servicio.....</i>	20
<i>Tabla 2. Dimensiones e indicadores de la variable satisfacción del cliente.....</i>	20
<i>Tabla 3. Población de la investigación.....</i>	34
<i>Tabla 4. Distribución de la muestra de la investigación .....</i>	35
<i>Tabla 3. Resultado de confiabilidad de cuestionario.....</i>	36
<i>Tabla 4. Detalle de la confiabilidad de cuestionario.....</i>	37
<i>Tabla 5. Resultados a P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?.....</i>	40
<i>Tabla 6. Resultados a P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?.....</i>	41
<i>Tabla 7. Resultados a P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?.....</i>	42
<i>Tabla 8. Resultados a P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio?.....</i>	43
<i>Tabla 9. Resultados a P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas?.....</i>	44
<i>Tabla 10. Resultados a P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?.....</i>	45
<i>Tabla 11. Resultados a P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima?.....</i>	46
<i>Tabla 12. Resultados a P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?.....</i>	47
<i>Tabla 13. Resultados a P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial?.....</i>	48
<i>Tabla 14. Resultados a P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?.....</i>	49
<i>Tabla 15. Resultados a P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?.....</i>	50
<i>Tabla 16. Resultados a P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?.....</i>	51
<i>Tabla 17. Resultados a P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas?.....</i>	52
<i>Tabla 18. Resultados a P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito?.....</i>	53



<i>Tabla 19. Resultados a P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas?.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 20. Resultados a P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa? ..</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 21. Resultados a P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado? .....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 22. Resultados a P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio?.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 23. Resultados a P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas?.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 24. Resultados a P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio? .....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 25. Resultados a P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio?.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 26. Resultados a P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado?.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 27. Resultados a P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa?.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 28. Resultados a P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas? .....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 29. Resultado de la prueba de normalidad.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 30. Correlación general.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 31. Correlación específica 1 .....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 32. Correlación específica 2 .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 33. Correlación específica 3 .....</i>	<i>68</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Resultados a P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?.....</i>	40
<i>Figura 2. Resultados a P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?.....</i>	41
<i>Figura 3. Resultados a P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?.....</i>	42
<i>Figura 4. Resultados a P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio? .....</i>	43
<i>Figura 5. Resultados a P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas?.....</i>	44
<i>Figura 6. Resultados a P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?.....</i>	45
<i>Figura 7. Resultados a P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima? .....</i>	46
<i>Figura 8. Resultados a P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?.....</i>	47
<i>Figura 9. Resultados a P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial? .....</i>	48
<i>Figura 10. Resultados a P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?.....</i>	49
<i>Figura 11. Resultados a P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?.....</i>	50
<i>Figura 12. Resultados a P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?.....</i>	51
<i>Figura 13. Resultados a P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas?.....</i>	52
<i>Figura 14. Resultados a P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito?.....</i>	53
<i>Figura 15. Resultados a P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas?.....</i>	54
<i>Figura 16. Resultados a P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa? ..</i>	55
<i>Figura 17. Resultados a P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado? .....</i>	56

<i>Figura 18. Resultados a P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio? .....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 19. Resultados a P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas? .....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 20. Resultados a P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio? .....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 21. Resultados a P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio? .....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 22. Resultados a P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado? .....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 23. Resultados a P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa? .....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 24. Resultados a P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas? .....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 25. Gráfica de normalidad esperada de Calidad del servicio .....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 26. Gráfica de normalidad esperada de Satisfacción del Cliente .....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 27. Diagrama de cajas de la distribución de Calidad del servicio .....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 28. Diagrama de cajas de la distribución de Satisfacción del Cliente .....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 29. Modelo de ajuste de la investigación .....</i>	<i>67</i>

## RESUMEN

En la actualidad, la calidad en el servicio en todas las organizaciones a nivel mundial es muy relevante, pues siempre los clientes o usuarios están exigiendo lo mejor en la atención que se les puede brindar; esta situación no es ajena a la empresa Cable Mas de la Oficina de Carabaylo, que está dedicada a brindar el servicio de Internet y Cable TV. y telefonía fija en Lima Metropolitana y provincias.

En medio de esa realidad, se planteó el objetivo de “Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022”, identificando con el trabajo de gabinete las dimensiones a analizar como son el nivel de atención, la infraestructura del servicio y la capacidad de respuesta.

El trabajo contempló metodológicamente las características de aplicada, no experimental transversal, aplicando la técnica de la encuesta al 18 clientes y trabajadores de la empresa, descriptivamente se obtuvieron resultados medios en relación a las variables, mientras que en el análisis correlación se obtuvo un  $r$  de Pearson de 0.661, con el 95% de confianza, concluyendo que la calidad de servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022.

***Palabras clave:*** *Calidad del servicio, Satisfacción del Cliente.*

## ABSTRACT

Currently, service quality in all organizations worldwide is very relevant, since clients or users are always demanding the best in the attention that can be provided; This situation is not foreign to the company Cable Mas of the Office of Carabayllo, which is dedicated to providing Internet and Cable TV service. and landline telephony in Metropolitan Lima and provinces.

In the midst of this reality, the objective was set to "Determine the relationship that exists between the quality of service and customer satisfaction in the Cable Mas company in the Carabayllo district, 2022", identifying the dimensions to be analyzed with the office work. such as the level of care, service infrastructure and response capacity.

The work methodologically contemplated the characteristics of applied, non-experimental cross-sectional, applying the survey technique to 18 clients and employees of the company, descriptively average results were obtained in relation to the variables, while in the correlation analysis an  $r$  of Pearson of 0.661, with 95% confidence, concluding that service quality is directly and significantly related to customer satisfaction in the Cable Mas company in the Carabayllo district, 2022.

**Keywords:** Quality of service, Customer Satisfaction.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

En la actualidad, la calidad en el servicio en todas las organizaciones a nivel mundial es muy relevante, pues siempre los clientes o usuarios están exigiendo lo mejor en la atención que se les puede brindar. Es por ello que la importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más trascendente, tanto que de ello depende la existencia de la organización, en particular de las empresas que están dedicadas a brindar el servicio de Internet y Cable TV. además de otros servicios, los vertiginosos avances tecnológicos les exigen perentoriamente estar a la vanguardia para poder dar a sus clientes un servicio siempre de mayor calidad, ya que solo así podrán lograr una real ventaja competitiva no solo en el presente sino y sobre todo en el futuro.

Algunas organizaciones olvidan este enfoque y terminan pagando un alto precio en el tiempo por la falta de control de calidad de sus productos y/o servicios, es por ello que debemos escuchar muy atentamente a los clientes y saber manejar y

dar el más óptimo resultado a sus opiniones, averiguando a través de ellos mismos, sus percepciones con respecto al servicio que recibe de la organización, ya que solo así se estará en reales condiciones de darles un mejor servicio cada día.

Esta situación no es ajena a la empresa Cable Mas de la Oficina de Carabayllo, que está dedicada a brindar el servicio de Internet y Cable TV. y telefonía fija en Lima Metropolitana y provincias. Mucho más cuando la cobertura de sus servicios le da un lugar privilegiado en cuanto a la cantidad de clientes en comparación a sus competidores.

En este sentido, lo primordial es buscar la excelencia en la atención a los clientes en los servicios que se brinda. En la actualidad el mercado de los servicios de Internet y Cable TV en el Perú tiene una mayor cantidad de ofertas, por lo que los clientes potenciales pueden escoger aquella que más se adapta a sus expectativas o necesidades. Por ello, se entiende que el servicio que recibirá el cliente debe ser de la mejor calidad, ya que solo así el objetivo central de la empresa coincidirá con la necesidad básica del cliente, reflejándose en su real y permanente satisfacción.

Debido a ello la presente investigación estuvo enfocada en realizar un estudio de la Calidad del Servicio y la Satisfacción de los clientes con respecto al Servicio de Internet y Cable TV de la Empresa Cable Mas en el distrito de Carabayllo, con el propósito de generar un nuevo conocimiento a partir de una propuesta de mejora constante en sus servicios.

En la actualidad la empresa Cable Mas en el distrito de Carabayllo tiene problemas en sus servicios de atención a sus clientes generado básicamente por demoras en la atención de las instalaciones y los reclamos, si bien es cierto no es en

todo los casos, pero las demoras en las atenciones de cualquier servicio que brinde la empresa se puede multiplicar en forma negativa y ocasionando que otros potenciales clientes desistan de contratar los servicios, también puede ocurrir el caso que el cliente que ya fue convencido de tomar el servicio de la empresa desista por este problema.

Se puede mencionar como problema también a la falta de algunos materiales o repuestos en el momento de que suceda una avería en la línea (cableado en calles) ya sea esta línea principal o una línea secundaria, el mayor problema sucede cuando la avería se da en una línea principal, pues la oficina del sector no cuenta con los materiales para dar solución inmediata a este tipo de avería, ya que tiene que solicitar a la oficina principal de Lima norte que se encuentra en San Martín de Porres.

Cuando la avería ocurre en una línea secundaria (distribución del nodo) la situación es solucionada con mucha más rapidez, pues la oficina de Carabayllo cuenta con los materiales y el personal técnico capacitado para dar solución al problema de forma más rápida y efectiva.

También tiene la amenaza de los competidores, como Movistar TV, Claro, Cable Digital TV, si bien la empresa en sus inicios tenía solo un competidor y en algunas zonas del distrito era la única empresa y su servicio en comparación con su competencia era de mejor calidad, hoy existen tres empresas más que ofrecen el mismo servicio y en algunas zonas con más eficiencia, esto se debe a que sus líneas de cableado son más actuales y con una tecnología más avanzada, esto obliga a la Empresa Cable Mas a estar mejorando sus líneas de forma sectorizada de acuerdo al número de clientes.



En tal sentido si la empresa Cable Mas específicamente la oficina que está ubicada en el Distrito de Carabaylo debe realizar las medidas correctivas para mejorar sus servicios, esto puede hacerlo programando y /o capacitando a su personal, realizando encuestas a los clientes de preferencia a los más antiguos sobre el servicio que está recibiendo y poder saber el grado de satisfacción o insatisfacción de sus clientes.

Con estas encuestas también se sabrá las expectativas de los clientes con respecto al servicio que está recibiendo y cuáles son sus perspectivas con respecto a los servicios futuros que pretende recibir, en ello radica la importancia del estudio.

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- 1) ¿Qué relación existe entre el Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022?
- 2) ¿Qué relación existe entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022?
- 3) ¿Qué relación existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022?

## **1.3. Hipótesis de la investigación**

### **1.3.1. Hipótesis General**

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.

### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

- 1) Existe relación significativa entre la Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.
- 2) Existe relación significativa entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.

- 3) Existe relación significativa entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.

#### **1.4. Objetivos de la Investigación**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- 1) Determinar la relación que existe entre el Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.
- 2) Determinar la relación que existe entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.
- 3) Determinar la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022.

## 1.5. Variables, dimensiones e indicadores

*Tabla 1. Dimensiones e indicadores de la variable calidad del servicio*

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Calidad del servicio</b>	1. Nivel de atención.	Atención a los clientes por parte de la administración
		Atención a los clientes por parte de los técnicos
	2. Infraestructura del servicio.	Tipo de construcción de la red
		Cobertura, tipo de señal y número de canales
	3. Capacidad de respuesta.	Velocidad del servicio de atención
		Quejas y reclamos

*Fuente: Adaptación propia de Camisón, Cruz y González (2007)*

*Tabla 2. Dimensiones e indicadores de la variable satisfacción del cliente*

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Satisfacción del Cliente</b>	1. Condiciones del servicio.	Nivel de precio por el servicio
		Experiencia con el paquete contratado
	2. Personalización de la atención.	Métodos de trabajo en la atención del personal
		Nivel de empatía durante la atención
	3. Expectativas Calidad.	Nivel de satisfacción con el servicio
		Nivel de satisfacción con la atención

*Fuente: Adaptación de Chiavenato (2009).*

## 1.6. Justificación del estudio

“En investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento

existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente”. (Bernal, 2010, p. 106).

La investigación se justifica en el sentido de utilizar las teorías más contemporáneas referidas a la calidad de servicio y satisfacción del cliente, utilizando citas adecuadas de diferentes autores referidos al tema de investigación. Con ello la investigación se realizará con el propósito de adoptar estrategias dentro de la empresa para las ventas de los servicios que ofrece y la óptima atención del servicio post venta para alcanzar la satisfacción de los clientes, aportando conocimiento de calidad para el beneficio de los clientes.

“Se considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo”. (Bernal, 2010, p. 106).

En esta investigación se buscará mejorar la calidad de sus servicios y la satisfacción de los usuarios de la Empresa Cable Mas en la oficina de Carabayllo, pues es sabido que un cliente satisfecho no será un problema para la empresa, sin embargo un cliente insatisfecho y disconforme con el servicio es muy perjudicial para la empresa, de cualquier rubro esta sea, ya que trae consigo no solo la pérdida del cliente, sino que este con total certeza también generará referencias adversas en otros posibles clientes, haciendo más difícil la permanencia y fidelización de los demás clientes, no solo reales sino que también aquellos clientes potenciales de la empresa.

“En investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una

nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable”. (Bernal, 2010, p. 107).

Se justifica por la aplicación de técnicas e instrumentos en la investigación, como el caso de los cuestionarios y las encuestas, de este proceso obtendremos resultados para poder justificar los cambios y mejoras a aplicar para la solución de las continuas quejas y reclamos de los clientes.

### **1.7. Antecedentes nacionales e internacionales**

Pauripancca (2019) en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016 – 2017”, el estudio fue de tipo descriptivo, transversal correlacional de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, también de tipo descriptivo-correlacional, transversal, observacional, la muestra estuvo conformada por 261 usuarios y para la recolección de la información utilizó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario, El objetivo de la investigación fue el de “Establecer si existe relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017”, llegó a la siguiente conclusión: Existe una relación significativa entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos referidos del Hospital de asociación público privada en el periodo 2016 – 2017.

Timoteo (2018) en su tesis “Calidad y satisfacción del usuario del seguro integral de salud – Hospital Sergio E. Bernales Junio – Diciembre 2017”, el estudio de acuerdo a su intervención fue: Por su finalidad “de tipo básica ya que su intención fundamental fue el extender el conocimiento, mediante la información recibida por

los usuarios del SIS”, según su carácter fue de tipo descriptiva, según su naturaleza fue de tipo cuantitativa, según su alcance temporal, de tipo transversal, la muestra estuvo conformada por 32,791 personas mayores de 18 años y para la recaudación de la información utilizó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario que estuvo elaborado de 15 ítems agrupados en 5 segmentos, cuyo objetivo de esa investigación fue de “Identificar el grado de Calidad y Satisfacción del Usuario del Seguro Integral de Salud en el Hospital Sergio Bernales, en el periodo de Junio – Diciembre 2017”, y llegó a la siguiente conclusión: Las características sociodemográficas de la población en estudio fueron el 35.6% se encuentran comprendido en el rango de edad de 41 – 60 años; el sexo femenino con un 78.4%; el estado civil más frecuente fue el conviviente con un 41.2%; el grado de instrucción alcanzado predominante fue el de nivel secundaria completa con un 40.7% y el 60.8% tuvieron como ocupación el de ama de casa.

Quispe (2019) realizó una investigación titulada “Calidad de servicio y fidelización de los clientes del club campestre y complejo recreacional Villa Barboza distrito de Luricocha, 2019”, el estudio fue de tipo aplicada, el nivel de investigación fue descriptivo – relacional, el diseño de la investigación corresponde a una investigación no experimental, la muestra estuvo conformada por 123 clientes del club campestre y complejo recreacional Villa Barboza distrito de Luricocha, 2019, la técnica para la recolección de datos fue la de la encuesta, utilizo dos instrumentos, para la variable “Calidad del Servicio” fue el modelo SERVIQUAL y el instrumento para la variable “Fidelización de Clientes” fue el cuestionario, el objetivo de la investigación fue el de Determinar la relación entre la calidad de servicio con la fidelización de clientes del Club campestre y complejo recreacional Villa Barboza

Distrito de Luricocha, 2019, llegando a la siguiente conclusión: se pudo conocer la existencia de una relación directa entre la calidad de servicio y fidelización del cliente del Club campestre y complejo recreacional Villa Barboza Distrito de Luricocha, 2019. Ello se pudo corroborar por medio de la prueba estadística de correlación de Spearman ( $p=0.00$ ;  $Rho=0.758$ ), en ese sentido, fue factible aseverar que, de desarrollarse mejoras en la calidad de los servicios del complejo recreacional, generara una mayor fidelización de los mismos.

López ( 2018 ) en su tesis “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, el tipo de investigación fue con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa, porque usó encuestas dirigidas hacia los clientes que consumen en restaurante y es una investigación cualitativa porque usó la entrevista a profundidad, dirigida a la propietaria de la empresa y al personal de servicio y de limpieza, es de tipo descriptivo porque dio a conocer y analizó las variables, características y preferencias que influyen en el momento de seleccionar el restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, también analizó los datos estadísticos para identificar si existe algún problema en el restaurante para proponer la solución, la muestra estuvo formado por 365 clientes, la técnica para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el objetivo de la investigación fue el de: 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 estrategia de mejora del servicio al cliente, el estudio llego a la siguiente conclusión: Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va aumentar la



satisfacción del cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

## **1.8. Marco Teórico**

### **1.8.1. Calidad de servicio**

En el mundo actual en que vivimos donde los usuarios de los servicios están midiendo día a día el producto que se le brinda sea tangible o intangible por diversos medios y si estos servicios no cubren sus expectativas toman la decisión de contratar los servicios que le ofrece la competencia y que cubra con la necesidad que desea. Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) concluyen:

Para el usuario, la calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la calidad de los productos tangibles. En consecuencia, es posible que los criterios que utilizan los usuarios para evaluar la calidad de un servicio sean más difíciles de comprender para el personal de marketing. La forma en que un usuario evalúa los servicios de inversión que ofrece un corredor de bolsa es mucho más complicada y variada que la forma en que se evaluarían los materiales aislantes. La evaluación del nivel de calidad de los servicios de salud es mucho más compleja y difícil que la valoración de la calidad de los automóviles. (p18).

En ese sentido debemos tomar de una forma especial y muy importante las opiniones de los usuarios de los servicios para poder analizar cuáles son sus requerimientos y percepciones sobre los servicios que le podemos estar brindando.

Cuatrecasas Ll y González J (2017) indican “Todavía perduran hoy en día conceptos erróneos a cerca de la calidad, como, por ejemplo, que es cara, intangible, no medible o que representa necesariamente lujo, peso, brillo, tamaño

o prestaciones. La calidad bien entendida y aplicada, resulta económica, rentable” (p18).

Podemos mencionar tomando el concepto anterior que la calidad no es un gasto para las empresas, aunque esto pueda requerir de inversión en tiempo y algún otro tipo de esfuerzo de una forma continua dentro de la empresa.

La presente investigación tratará de encontrar las fallas en la calidad de los servicios que presta la empresa Cable Mas en la oficina de Carabayllo, sobre esto podemos mencionar que los usuarios van observando o se forman una idea de la calidad del servicio desde el inicio del proceso de instalación del servicio que recibirán a diferencia de los productos tangibles hacen la evaluación del producto una vez esté terminado, “según las normas ISO, varias son las razones para prestar una especial atención a la calidad del servicio, entre las que cuentan:

- ❖ Mejorar la prestación del servicio y la satisfacción del cliente.
- ❖ Mejorar la productividad, la eficacia y reducir coste.
- ❖ Mejorar el mercado.” (Cuatrecasas Ll., González J, p46).

Para lograr alcanzar la calidad en los servicios la empresa debe tener un gerente comprometido que sea capaz de poder coordinar y supervisar toda las actividades de los empleados y técnicos para que realicen sus labores de una forma eficiente y eficaz, “Gerente de primera línea, Gerentes que ocupan el nivel de administración más bajo y que se ocupan de dirigir el trabajo de los empleados no gerenciales” (Robbins S., Coulter M, p.7).

La persona humana me refiero a los trabajadores son muy importantes tiene que ver con la actitud de cada uno y la motivación que la empresa le pueda dar,

para que un sistema de servicio como en el caso de Cable Mas sea de calidad, en ese sentido si los trabajadores están muy bien motivados responderán al límite de su capacidad dando al cien por cien de ello, es por ello que en toda organización sea de servicio o productora de bienes las personas que la componen se convierten en lo más importante, por que como se mencionó anteriormente si ellos están bien motivados todo el proceso del bien o servicio será de una excelente calidad.

Es importante también que exista en toda organización un personal dedicado al conocimiento de cuál es la situación de los trabajadores dentro de la empresa así como en otras que puedan brindar el mismo servicio o bien y saber el tipo de atención que damos a nuestros clientes y / o usuarios en los campos que nos corresponda, los directivos o dueños de la organización es también muy importante que estén comprometidos en la calidad del servicio que se brinda, colaborar con ideas y opiniones de una forma uniforme y precisa, dar la suficiente confianza al personal y este a su vez se sientan con la suficiente capacidad de aportar sugerencias, integrarse a las tareas diarias y se sientan comprometidos con el futuro de la empresa de ellos mismos y la calidad del servicio que brinda, “Globalmente, es indispensable que todos sientan la calidad como algo propio y conozcan para cada actividad el objetivo y la forma de realizarla” (Cuatrecasas Ll., González J, p344).

También es importante que los trabajadores y personas que intervienen en el proceso de brindar el servicio o elaborar el bien estén lo suficientemente formados y / o capacitados técnicamente y con una capacitación y/ o formación complementaria en las técnicas de la calidad, es muy importante también la motivación como se menciono anteriormente, las personal al mando debe tener un

buen entrenamiento y estén en capacidad de ser buenos conductores de los equipos humanos, esta formación debe ser en toda las organizaciones de una manera sistemática y sostenida si aspira a un servicio de calidad total, “La implantación de un sistema de calidad en una empresa, uno de los objetivos estratégicamente más importantes para alcanzar y refrendar la competitividad, es a la vez uno de los proyectos más complicados, completos y largos que se pueden emprender” (Cuatrecasas Ll., González J, p. 343).

### **1.8.2. Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente no es más que la percepción del grado de cumplimiento de sus requisitos sobre un servicio o bien que ha adquirido, de ahí que un cliente insatisfecho realice ciertas quejas o reclamos sobre el producto final adquirido, que no existan las quejas o reclamos no quiere decir que el cliente este totalmente satisfecho o por lo menos un poco satisfecho, puede que estas quejas y / o reclamos no hayan llegado a la empresa que dio el servicio o bien, esto puede suceder por la mala comunicación que existe entre el cliente o la empresa o puede ser también el caso de que la empresa no tenga un eficiente registro de estas quejas, es también el grado de comparación que realiza el cliente de forma inevitable entre las expectativas previas que tiene sobre el producto y / o servicio y hasta en la imagen de la empresa que le da el producto, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Para poder pretender que el cliente quede satisfecho con el producto que le ofreceremos sea este un servicio o bien, es necesario realizar una serie de estudios previos de cómo piensan, como actúan y sienten los posibles

consumidores de la empresa, estos estudios deben ser totalmente actualizados ya que los consumidores cambian de pensamiento o actitudes de acuerdo a las épocas, por ejemplo un estudio que se pudo haber realizado en tres o cuatro años anteriores no nos puede servir para la actualidad ya que en ese momento las condiciones económicas pudieron haber sido más prosperas que las actuales o viceversa por lo tanto su expectativa del producto o servicio que desea recibir es diferente.

Kotler y Armstrong (2017) Indican:

Valor y satisfacción del cliente: Por lo general, los consumidores se enfrentan a una gran gama de productos y servicios que podrían satisfacer una necesidad específica, ¿Cómo eligen entre tantas ofertas de mercado? Los clientes se forman expectativas acerca del valor y la satisfacción que diversas ofertas de marketing les brindaran y compran de acuerdo con tales expectativas. Los clientes satisfechos compran de nuevo y cuentan a otros sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia recurren a los competidores y desacreditan el producto ante los demás. (p. 7)

Esto nos lleva a la conclusión que los consumidores satisfacen sus necesidades con las ofertas del mercado que ofrece una gama de servicios y productos con una información amplia que genera expectativas en el posible cliente que una vez adquirido el producto realizara su propia evolución de acuerdo a sus perspectivas, ya que la oferta en el mercado existen una gran combinación de productos y servicios con una información amplia que se ofrece a un mercado determinado para satisfacer sus necesidades o deseos.

Es importante también la administración de los clientes, pues este proceso nos dará mayores y mejores relaciones redituales con ellos, es sabido que al darles un mejor producto cada vez es mayor la satisfacción y esto también tiene mucho que ver con ganar más clientes, comprometerlos y hacerlos crecer como conjunto.

Kotler y Armstrong (2017) Indican:

“La satisfacción del cliente depende del desempeño percibido del producto en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho”. ( p. 14).

Sin embargo cuando el producto satisface las expectativas del comprador, este se sentirá satisfecho, y si el desempeño del producto llega a exceder sus expectativas, este se sentirá totalmente satisfecho, incluso puede llegar a quedar encantado con el producto o servicio que recibe.

## 1.9. Definición de términos básicos

### 1) **Calidad.**

Gryma, Chua, DeFeo y Pantoja. (2007)

“Una breve definición de *calidad* es, satisfacción y lealtad del cliente, Adaptabilidad de uso, es un breve significado alternativo. Aunque una definición breve como esta tiene un enfoque, debe desarrollarse más para que ofrezca una base para la acción” (p. 12).

### 2) **Servicio**

Vargas y Aldana (2011)

No se puede dejar de lado la concepción de Espíritu de Servicio, dada por Karl Albrecht (1994,140), “es una actitud basada en ciertos valores y creencias, sobre las personas, la vida y el trabajo, que lleva a una persona a servir de buena gana a otras y a enorgullecerse de su trabajo”.

### 3) **Satisfacción**

Percepción del grado de cumplimiento de sus requisitos sobre un servicio o bien que ha adquirido.

### 4) **Insatisfecho**

Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le está brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

### 5) **Competitividad**

Es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad,

recursos o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

**6) Cliente**

Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.



## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

Vara (2015) explica que “El interés de la investigación aplicada es práctico, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad”. (p. 235). En relación a esta afirmación se infiere que esta investigación coincide con el autor en relación a buscar una solución práctica, por lo tanto, se desarrolló una investigación de **tipo aplicada**.

Arbaiza (2014) expone que “dentro del enfoque cuantitativo existen dos categorías generales: los diseños experimentales y los diseños no experimentales”. (p. 129). En esta investigación se utiliza el **diseño no experimental**, al no existir ninguna injerencia sobre las variables analizadas, solo se realiza la observación del comportamiento de las variables en el contexto de la empresa analizada.

Sobre el particular se justifica por lo afirmado por Kaseng (2017) que expone que “cuando se trabaja con seres humanos puede haber un conjunto de características que no son manipulable, y si pudieran ser manipulables, existen factores éticos que lo hacen no recomendable”. (p. 204).

El diseño no experimental de acuerdo al alcance correlacional de esta investigación abarca la categoría **trasversal** (Arbaiza, 2014, p. 129), debido a que la recolección de datos se realiza prácticamente un solo instante del tiempo a través de las encuestas.

## 2.2. Población y Muestra

### 2.2.1. Población

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que “la delimitación de las características de la población no sólo depende de los objetivos de la investigación, sino de otras razones prácticas” (p. 174). Por lo que se debe delimitar adecuadamente, en esta investigación se consideran como población a dos grupos, los colaboradores de la empresa que brindarán datos sobre la calidad del servicio y los clientes o usuarios del servicio que brindarán datos de satisfacción.

En este contexto la población de la empresa para la investigación la conforman los **18 trabajadores** administrativos, técnicos y de ventas de la empresa en el primer grupo y en el caso de clientes se cuenta con un total de **2,116 clientes**, como se detalla en la siguiente tabla:

*Tabla 3. Población de la investigación*

Población	Total
Trabajadores Administrativos	5
Trabajadores Técnicos	6
Ventas	7
<b>Total, trabajadores</b>	<b>18</b>
Clientes	2116
<b>Total, clientes</b>	<b>2116</b>

*Fuente: Gerencia de la empresa Cable Mas, 2022*

### 2.2.2. Muestra

La muestra tendrá dos grupos, en ambos casos como manifiestan Hernández, Fernández y Baptista por conveniencia del investigador, el primer grupo por los **18 trabajadores** y el segundo considerando la transposición de datos para la prueba de hipótesis, debiendo necesariamente ser igual a 18, por términos, prácticos del investigador, contando por lo tanto con **18 clientes** como muestra de la investigación.

*Tabla 4. Distribución de la muestra de la investigación*

Muestra	Total
Trabajadores Administrativos	5
Trabajadores Técnicos	6
Ventas	7
<b>Total, trabajadores</b>	<b>18</b>
Clientes	18
<b>Total, clientes</b>	<b>18</b>

*Fuente: Adaptación propia, 2022*

### 2.3. Técnicas para la recolección de datos

Se aplicó la técnica de **la encuesta** durante el trabajo de recolección de datos, como indica Arias (2012) “se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema particular”. (p. 72).

### 2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos

Se aplicó como instrumento de investigación **el cuestionario**, por su compatibilidad con la técnica elegida, cumpliendo con lo señalado por Arias (2012)

que explica que “el cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”. (p. 74).

Yarlequé et al. (2011) indican que las etapas para la construcción de un instrumento son: “el análisis de la variable con base en la teoría, el señalamiento de los indicadores, la elaboración de ítems, la elaboración de la matriz de evaluación, la elaboración del formato de prueba, las pruebas de validez y confiabilidad” (pp. 24-26).

(Hernández, Fernández & Baptista, 2014) exponen que “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

El instrumento de investigación fue validado por juicio de expertos, tres expertos docentes de la Facultad FCEYN-UPCI, cuyos informes de validación están disponibles en el anexo 6.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) explican que “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200). Existiendo para ella muchas pruebas estadísticas, en esta investigación se aplicó el parámetro de alfa de Cronbach, cuyos resultados se presentan a continuación:

*Tabla 5. Resultado de confiabilidad de cuestionario*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,851	24

*Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022.*

Tabla 6. Detalle de la confiabilidad de cuestionario

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?	,835
P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?	,850
P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?	,838
P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio?	,851
P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas?	,861
P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?	,839
P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima?	,845
P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?	,847
P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial?	,852
P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?	,844
P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?	,837
P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?	,836
P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas?	,845
P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito?	,842
P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas?	,860
P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa?	,829
P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado?	,843
P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio?	,839
P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas?	,862

P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio?	,838
P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio?	,856
P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado?	,846
P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa?	,847
P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas?	,838

*Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022.*

## 2.5. Procesamiento y análisis de datos

Hernández, Fernández & Baptista (2014) explican que “Una vez que los datos se han codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y limpiado los errores, el investigador procede a analizarlos” (p. 272). Al respecto Ñaupas, Mejía, Novoa & Villagómez (2014) también exponen que “El procesamiento de datos, comprende un conjunto de operaciones estadísticas como: la revisión crítica, depuración, ordenación, clasificación, tabulación y graficación de datos” (p. 255).

Hernández, Fernández & Baptista (2014) explican que “En la actualidad, el análisis cuantitativo de los datos se lleva a cabo por computadora u ordenador. Ya casi nadie lo hace de forma manual ni aplicando fórmulas, en especial si hay un volumen considerable de datos”. (p. 272).

En esta investigación se realizaron todas las etapas del procesamiento y análisis de datos aplicando programas estadísticos, en primer término, el Ms. Excel 2019 para la estadística descriptiva y en segundo el SPSS v.26 para la estadística inferencial; procesando y analizando la totalidad de datos recolectados de campo.

## 2.6. Aspectos éticos

Los autores Del Cid, Méndez y Sandoval (2011) explican que “En el caso de la investigación, actuar éticamente equivale a establecer los valores que serán observados y los que están en riesgo”. (p. 19); en ese marco, se respetó todos los estándares en relación a protección de datos, libertad de opinión y consideración de propiedad intelectual.

Gracia (2016) indica que “la ética se entiende como una reflexión sobre todos los valores que orientan la libertad humana, el campo de la ética abarca todos los actos que son propiamente humanos” (p. 143). Además, según Del Cid, Méndez y Sandoval (2011) “El valor supremo que orienta a la ciencia es la búsqueda de la verdad. En el camino nos encontramos con otros valores, como la honradez en el manejo de los recursos —aun con un recurso tan valioso como el tiempo del investigador y su equipo de trabajo” (p. 19-20).

En esta investigación se tuvo como premisa el actuar ético en todas las etapas del proceso de investigación, desde la recolección de la información con el respeto de los derechos intelectuales de los autores, el cuidado en la el cumplimiento de las normas éticas de investigación en el acopio de los datos, el respeto a los participantes, la anonimidad de los participantes y la protección de sus datos hasta la finalización de los análisis estadísticos y la interpretación respectiva.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Resultados descriptivos

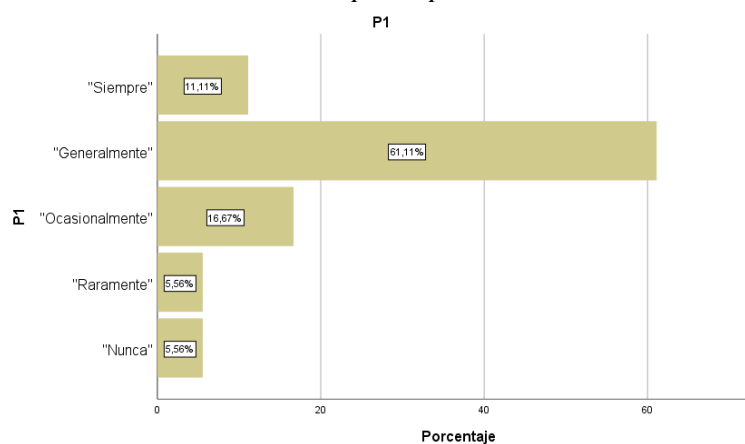
##### 3.1.1. De la Variable Calidad del servicio

Tabla 7. Resultados a P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	1	5,6	5,6	11,1
	"Ocasionalmente"	3	16,7	16,7	27,8
	"Generalmente"	11	61,1	61,1	88,9
	"Siempre"	2	11,1	11,1	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 1. Resultados a P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Se puede interpretar a la pregunta de si el personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado, que el 5.6% marcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 16.7% indicó ocasionalmente, mientras, el 61.1% marcó que generalmente y el 11.1% marcó que siempre.

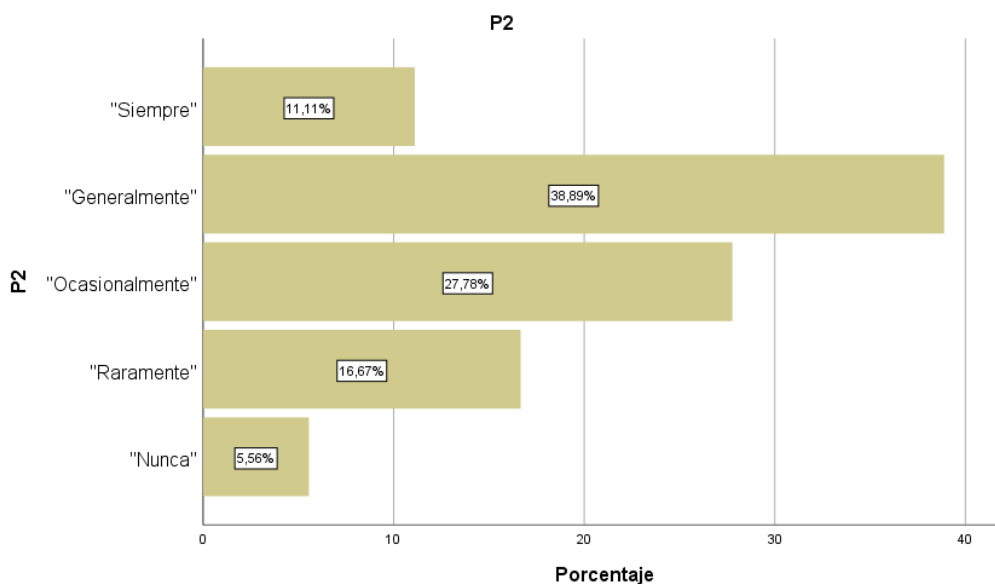


Tabla 8. Resultados a P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	3	16,7	16,7	22,2
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	50,0
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	88,9
	"Siempre"	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 2. Resultados a P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

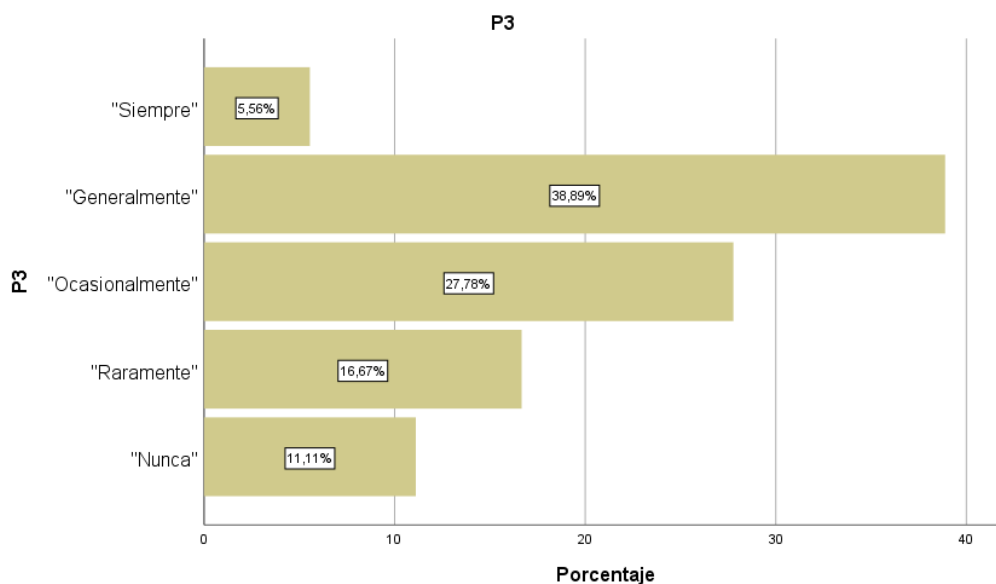
Se puede interpretar a la pregunta de si el personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio, que el 5.6% remarcó que nunca, el 16.7% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 11.1% marcó que siempre.

Tabla 9. Resultados a P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	3	16,7	16,7	27,8
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	55,6
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	94,4
	"Siempre"	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 3. Resultados a P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

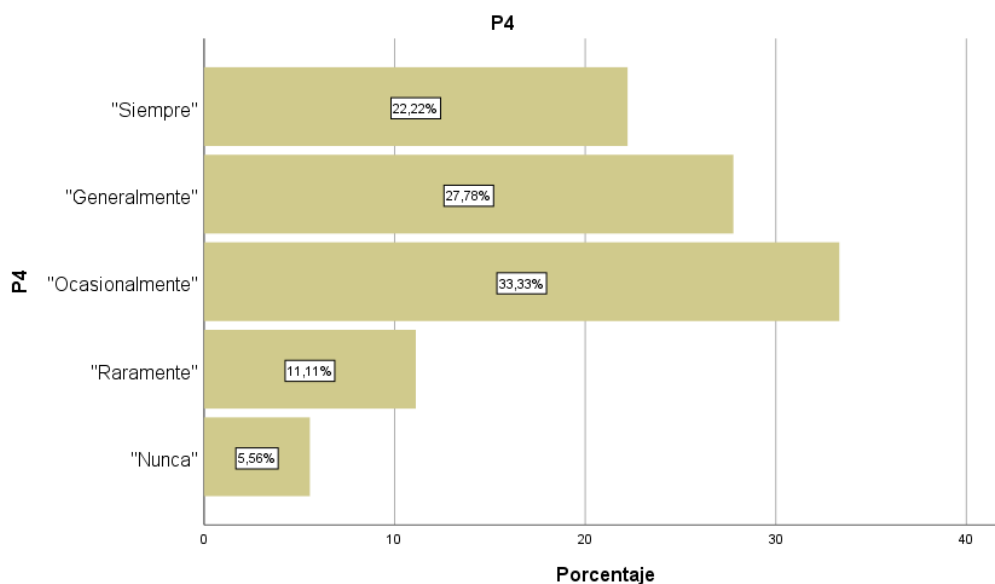
Se puede interpretar a la pregunta de si el técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores, que el 11.1% remarcó que nunca, el 16.7% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 5.6% marcó que siempre.

Tabla 10. Resultados a P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	2	11,1	11,1	16,7
	"Ocasionalmente"	6	33,3	33,3	50,0
	"Generalmente"	5	27,8	27,8	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 4. Resultados a P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

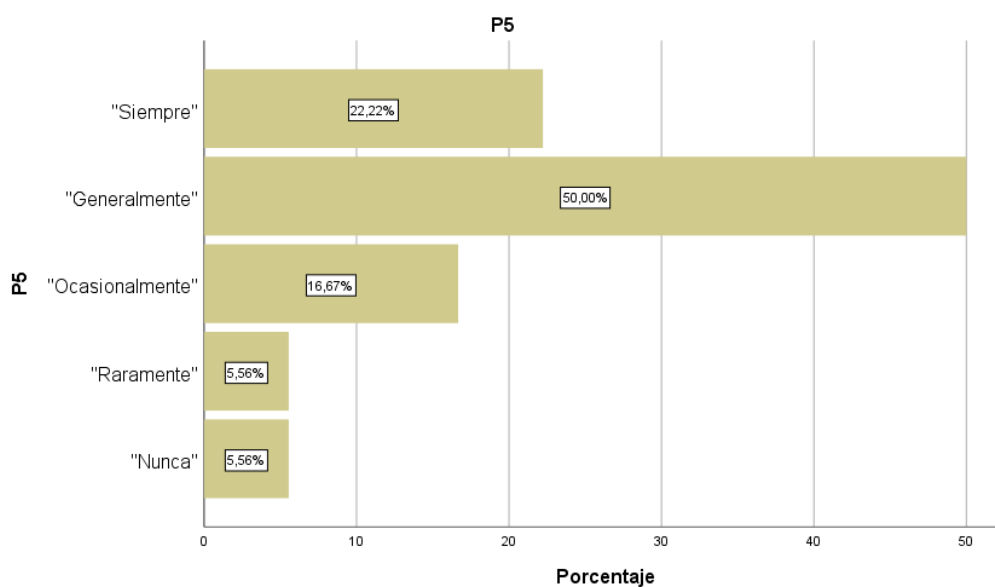
Se puede interpretar a la pregunta de si considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio, que el 5.6% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 33.3% indicó ocasionalmente, mientras, el 27.8% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 11. Resultados a P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	1	5,6	5,6	11,1
	"Ocasionalmente"	3	16,7	16,7	27,8
	"Generalmente"	9	50,0	50,0	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 5. Resultados a P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

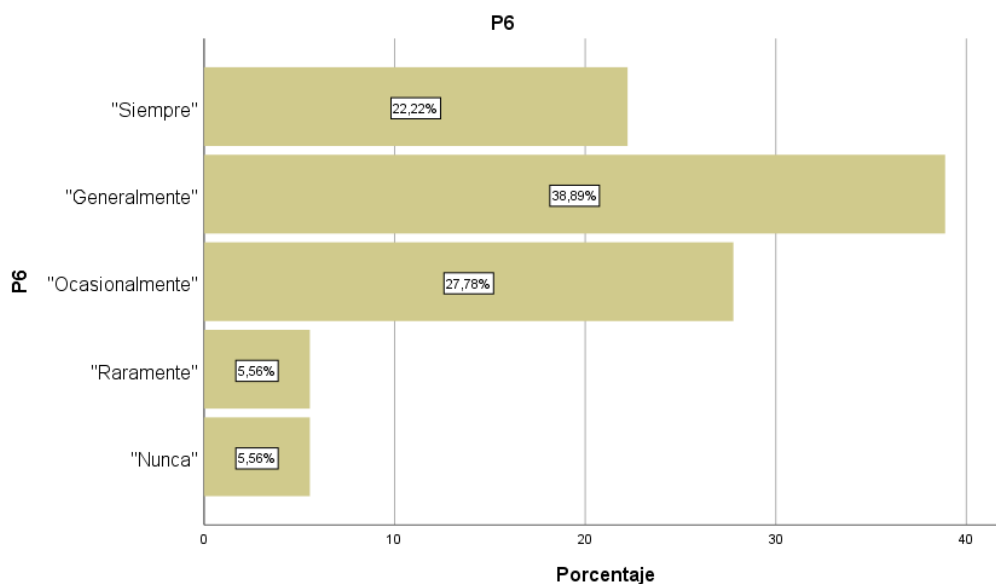
Se puede interpretar a la pregunta de si le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cable Mas, que el 5.6% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 16.7% indicó ocasionalmente, mientras, el 50% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 12. Resultados a P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	1	5,6	5,6	11,1
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	38,9
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 6. Resultados a P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

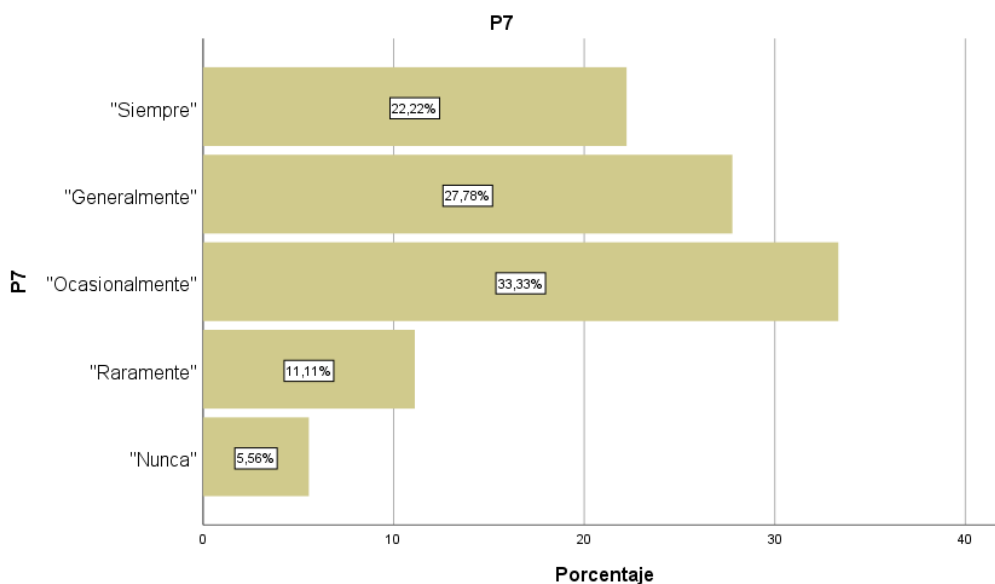
Se puede interpretar a la pregunta de si el plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas, que el 5.6% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 13. Resultados a P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	2	11,1	11,1	16,7
	"Ocasionalmente"	6	33,3	33,3	50,0
	"Generalmente"	5	27,8	27,8	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 7. Resultados a P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

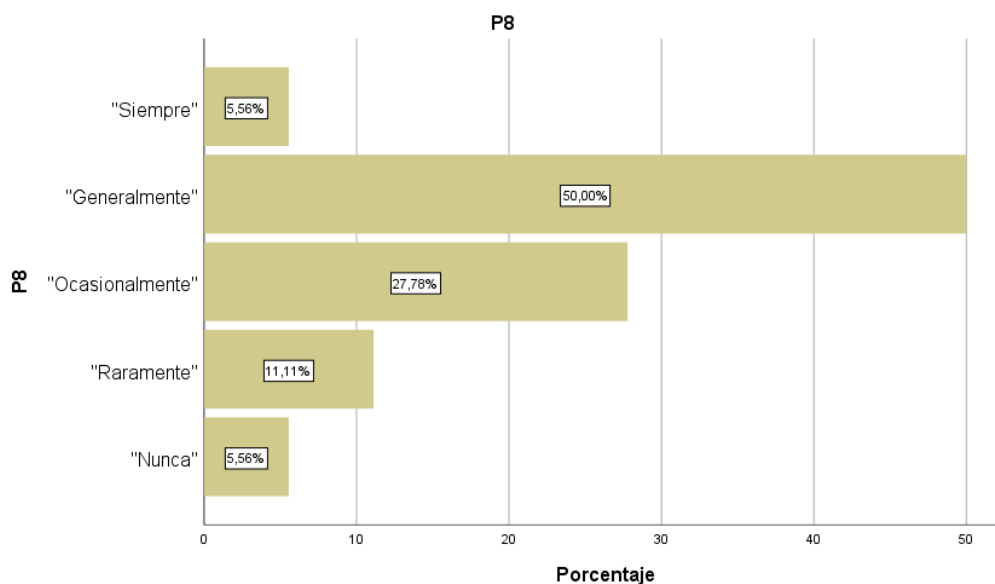
Se puede interpretar a la pregunta de si considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima, que el 5.6% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 33.3% indicó ocasionalmente, mientras, el 27.8% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 14. Resultados a P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	2	11,1	11,1	16,7
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	44,4
	"Generalmente"	9	50,0	50,0	94,4
	"Siempre"	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 8. Resultados a P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

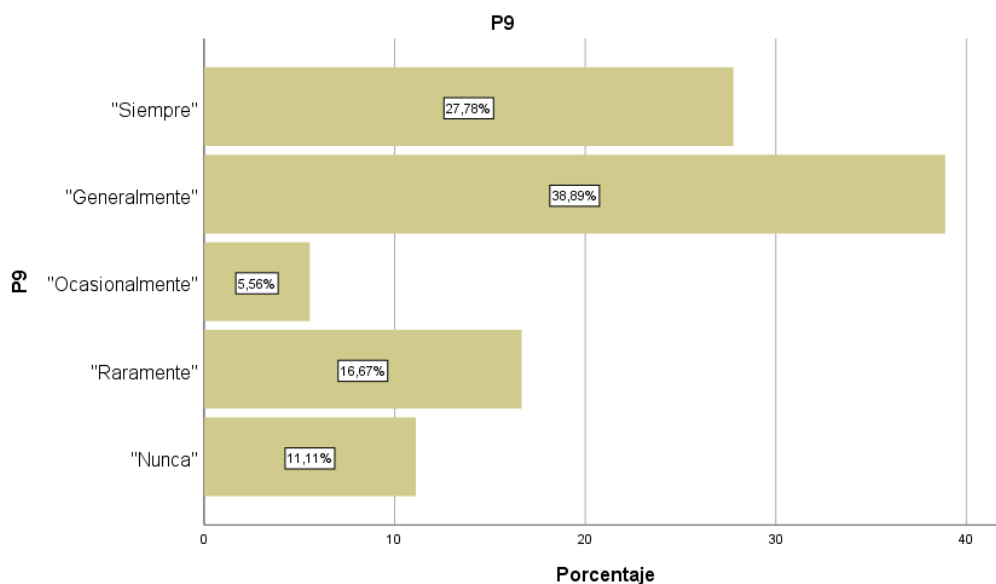
Se puede interpretar a la pregunta de si los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad, que el 5.6% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 50% remarcó que generalmente y el 5.6% marcó que siempre.

Tabla 15. Resultados a P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	3	16,7	16,7	27,8
	"Ocasionalmente"	1	5,6	5,6	33,3
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	72,2
	"Siempre"	5	27,8	27,8	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 9. Resultados a P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Se puede interpretar a la pregunta de si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial, que el 11.1% remarcó que nunca, el 16.7% marcó raramente, el 5.6% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 27.8% marcó que siempre.

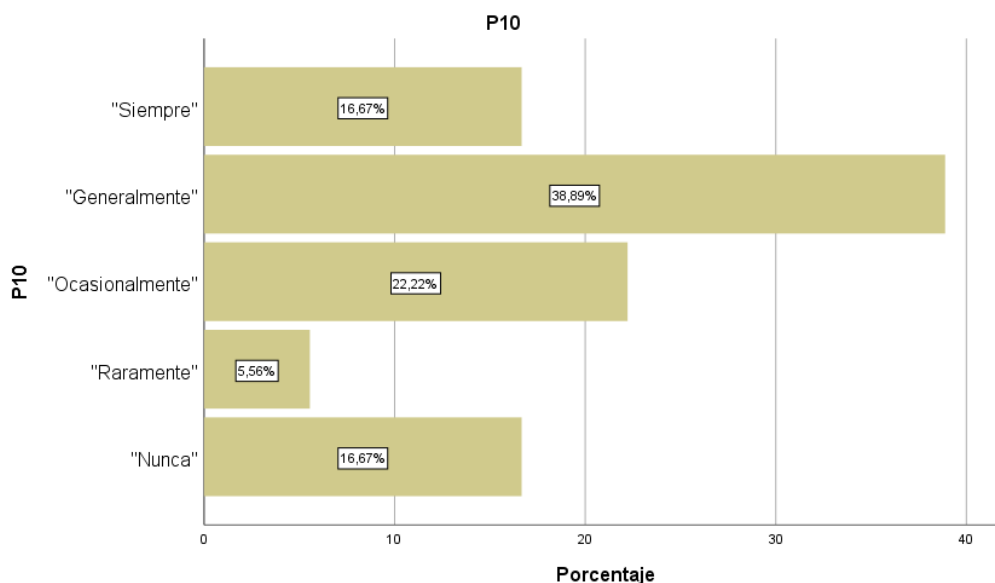


Tabla 16. Resultados a P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	3	16,7	16,7	16,7
	"Raramente"	1	5,6	5,6	22,2
	"Ocasionalmente"	4	22,2	22,2	44,4
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 10. Resultados a P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

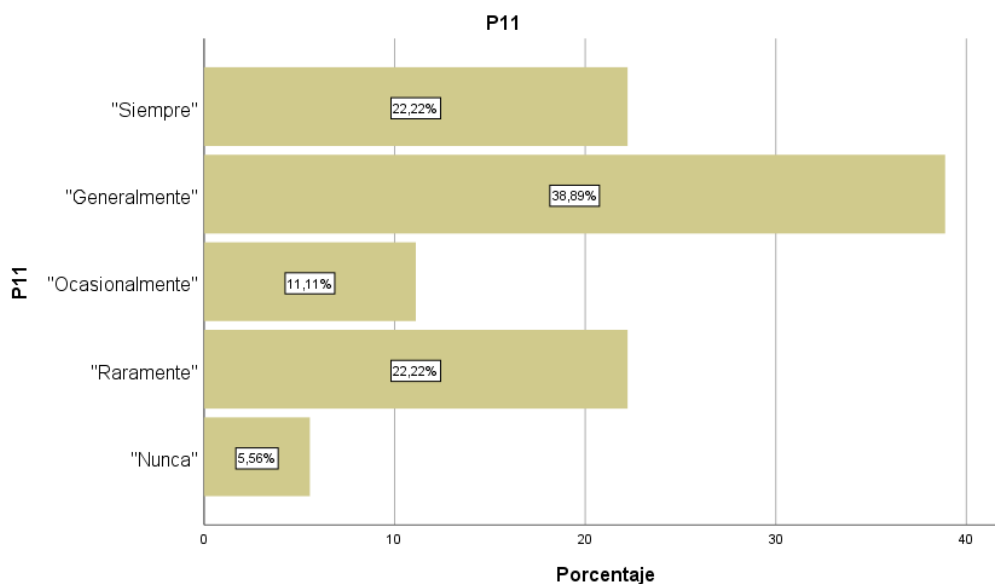
Se puede interpretar a la pregunta de si cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente, que el 16.7% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 22.2% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

Tabla 17. Resultados a P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	4	22,2	22,2	27,8
	"Ocasionalmente"	2	11,1	11,1	38,9
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 11. Resultados a P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

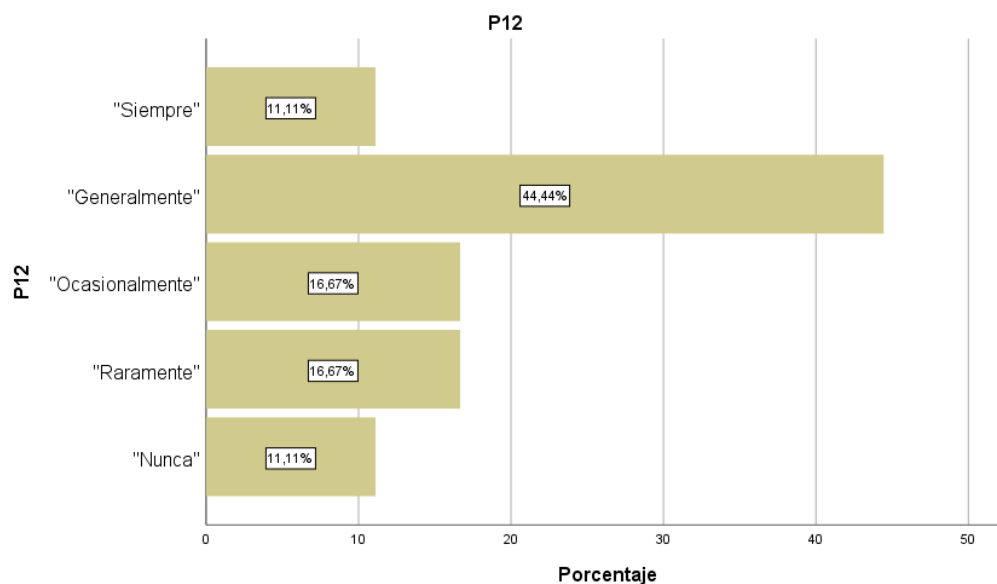
Se puede interpretar a la pregunta de si en su experiencia con el servicio de la empresa Cable Mas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa, que el 5.6% remarcó que nunca, el 22.2% marcó raramente, el 11.1% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 18. Resultados a P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	3	16,7	16,7	27,8
	"Ocasionalmente"	3	16,7	16,7	44,4
	"Generalmente"	8	44,4	44,4	88,9
	"Siempre"	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 12. Resultados a P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Se puede interpretar a la pregunta de si tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa, que el 11.1% remarcó que nunca, el 16.7% marcó raramente, el 16.7% indicó ocasionalmente, mientras, el 44.4% remarcó que generalmente y el 11.1% marcó que siempre.

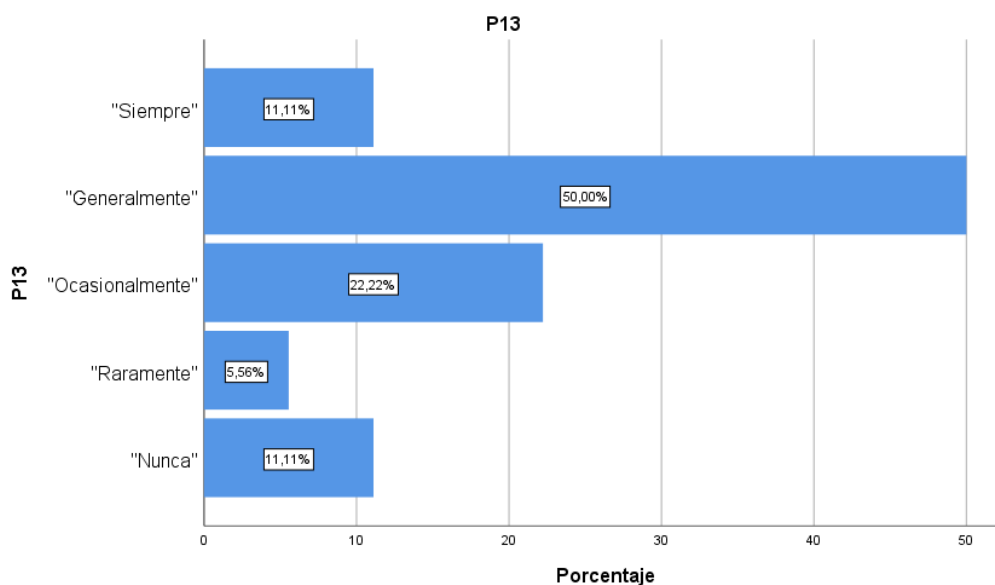
### 3.1.2. De la Variable Satisfacción del Cliente

Tabla 19. Resultados a P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	1	5,6	5,6	16,7
	"Ocasionalmente"	4	22,2	22,2	38,9
	"Generalmente"	9	50,0	50,0	88,9
	"Siempre"	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 13. Resultados a P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

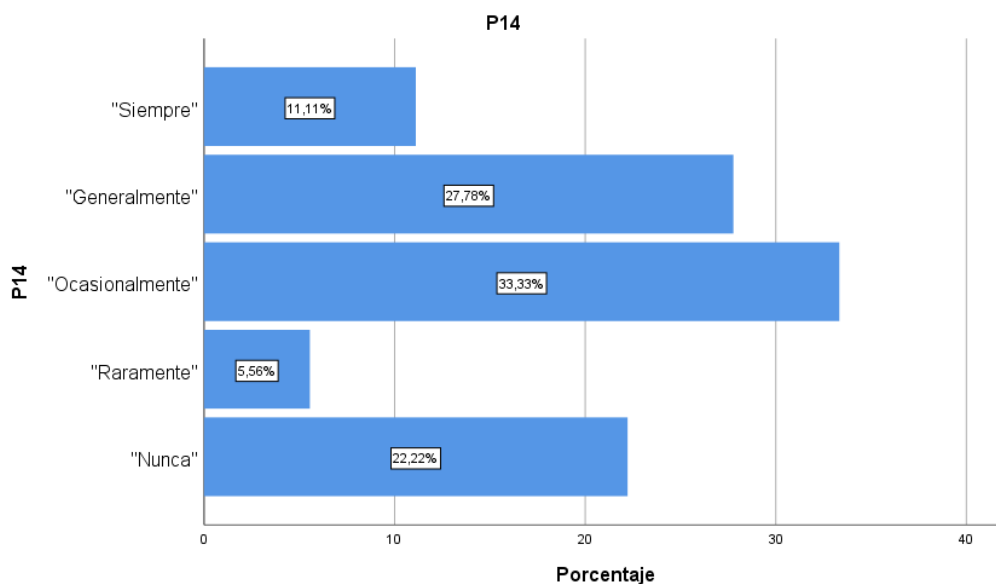
Se puede interpretar a la pregunta de si se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cable Mas, que el 11.1% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 22.2% indicó ocasionalmente, mientras, el 50% remarcó que generalmente y el 11.1% marcó que siempre.

Tabla 20. Resultados a P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	4	22,2	22,2	22,2
	"Raramente"	1	5,6	5,6	27,8
	"Ocasionalmente"	6	33,3	33,3	61,1
	"Generalmente"	5	27,8	27,8	88,9
	"Siempre"	2	11,1	11,1	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 14. Resultados a P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

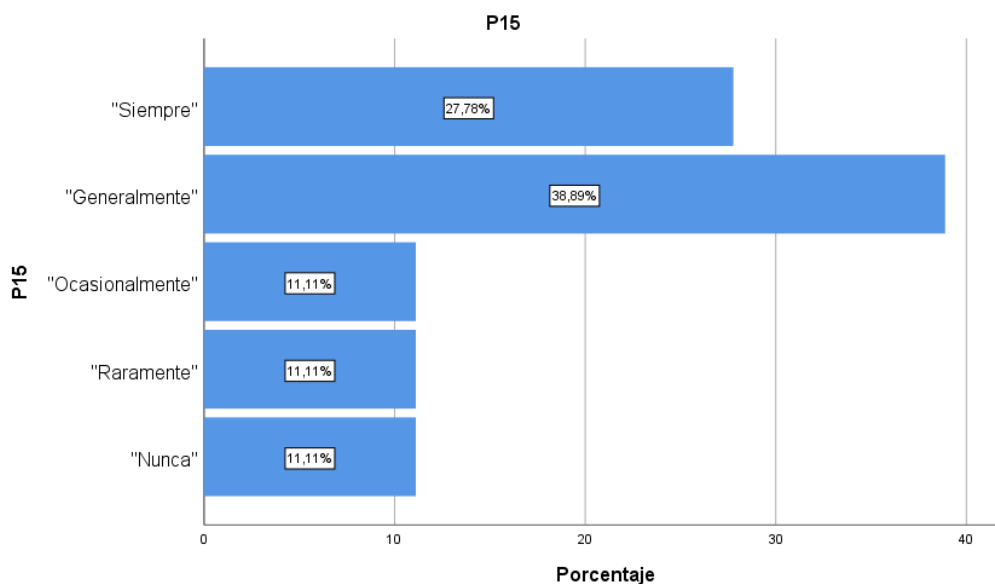
Se puede interpretar a la pregunta de si considera que el precio por el servicio de la empresa Cable Mas es competitivo en el distrito, que el 22.2% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 33.3% indicó ocasionalmente, mientras, el 27.8% remarcó que generalmente y el 11.1% marcó que siempre.

Tabla 21. Resultados a P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	2	11,1	11,1	22,2
	"Ocasionalmente"	2	11,1	11,1	33,3
	"Generalmente"	7	38,9	38,9	72,2
	"Siempre"	5	27,8	27,8	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 15. Resultados a P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

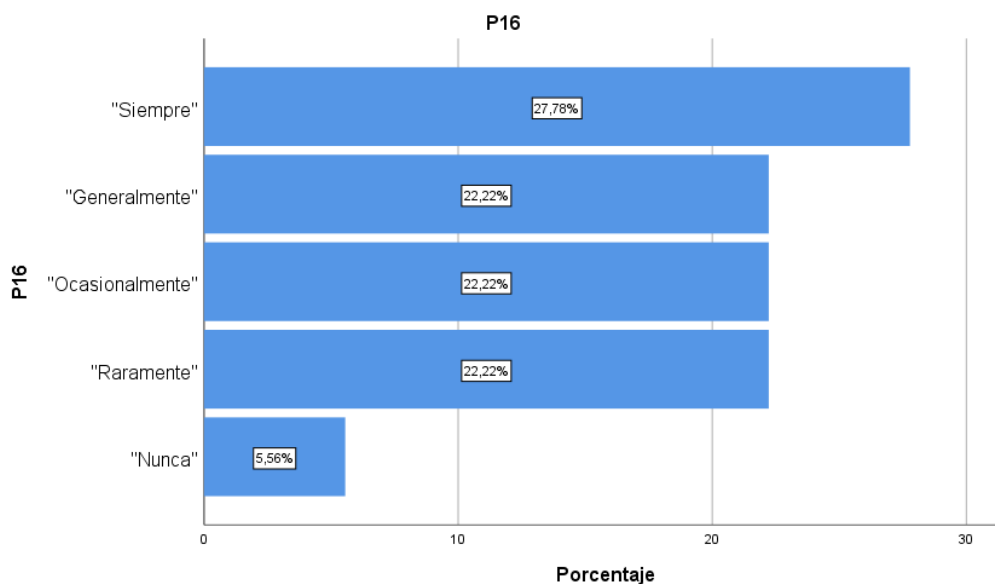
Se puede interpretar a la pregunta de si se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cable Mas, que el 11.1% marcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 11.1% indicó ocasionalmente, mientras, el 38.9% marcó que generalmente y el 27.8% marcó que siempre.

Tabla 22. Resultados a P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	4	22,2	22,2	27,8
	"Ocasionalmente"	4	22,2	22,2	50,0
	"Generalmente"	4	22,2	22,2	72,2
	"Siempre"	5	27,8	27,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 16. Resultados a P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

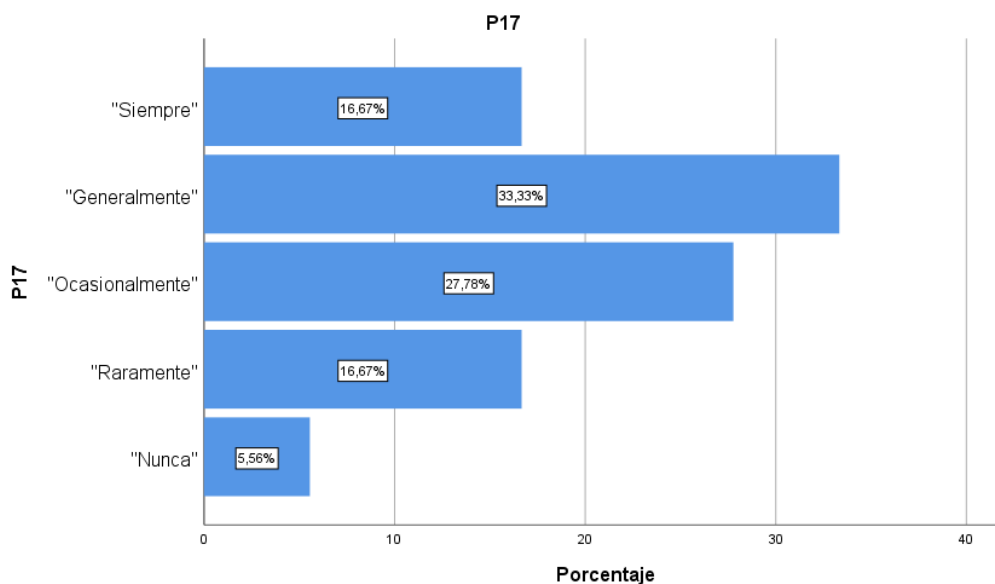
Se puede interpretar a la pregunta de si en alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa, que el 5.6% remarcó que nunca, el 22.2% marcó raramente, el 22.2% indicó ocasionalmente, mientras, el 22.2% remarcó que generalmente y el 27.8% marcó que siempre.

Tabla 23. Resultados a P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	3	16,7	16,7	22,2
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	50,0
	"Generalmente"	6	33,3	33,3	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 17. Resultados a P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Se puede interpretar a la pregunta de si tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado, que el 5.6% remarcó que nunca, el 16.7% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 33.3% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

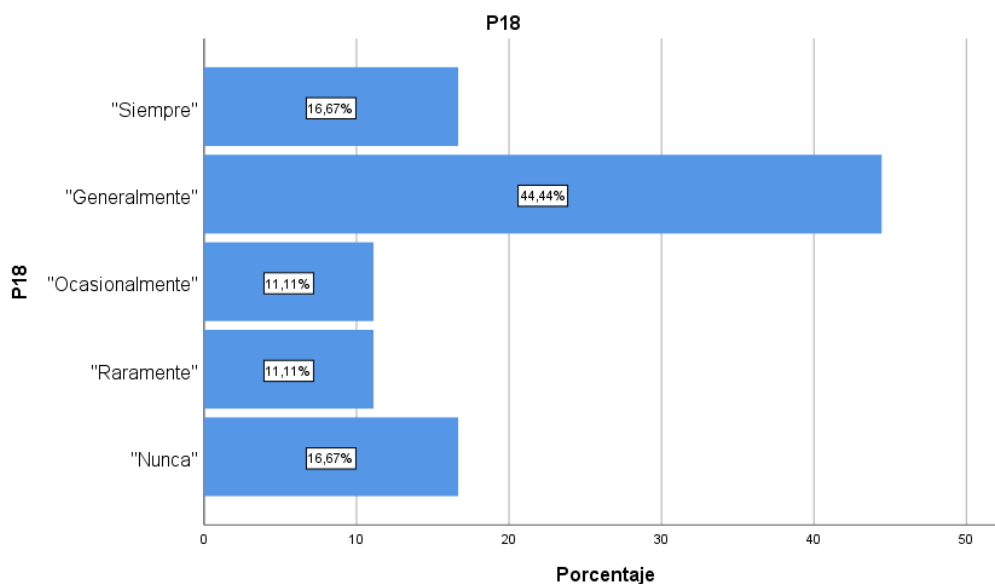


Tabla 24. Resultados a P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	3	16,7	16,7	16,7
	"Raramente"	2	11,1	11,1	27,8
	"Ocasionalmente"	2	11,1	11,1	38,9
	"Generalmente"	8	44,4	44,4	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 18. Resultados a P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

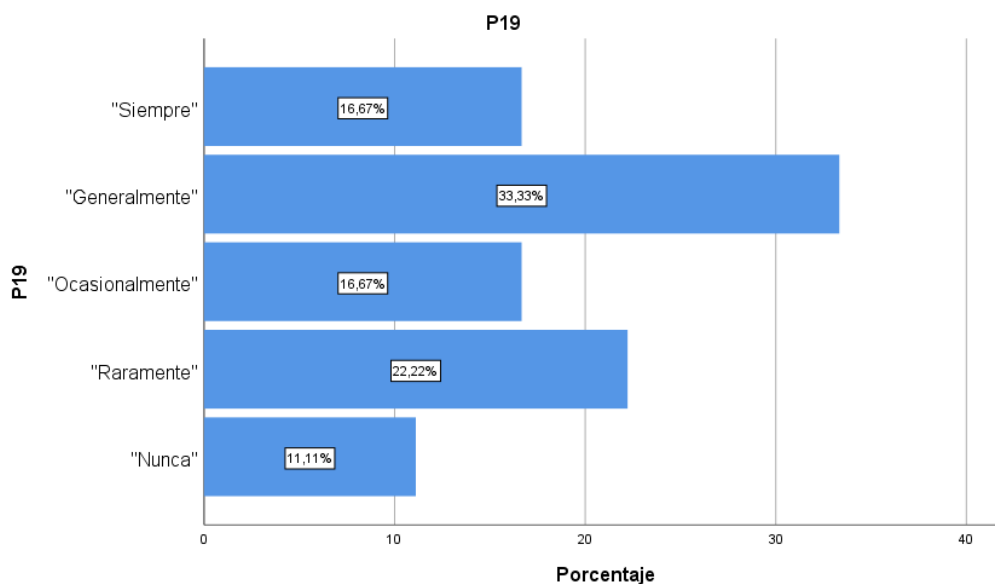
Se puede interpretar a la pregunta de si considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio, que el 16.7% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 11.1% indicó ocasionalmente, mientras, el 44.4% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

Tabla 25. Resultados a P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	4	22,2	22,2	33,3
	"Ocasionalmente"	3	16,7	16,7	50,0
	"Generalmente"	6	33,3	33,3	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 19. Resultados a P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

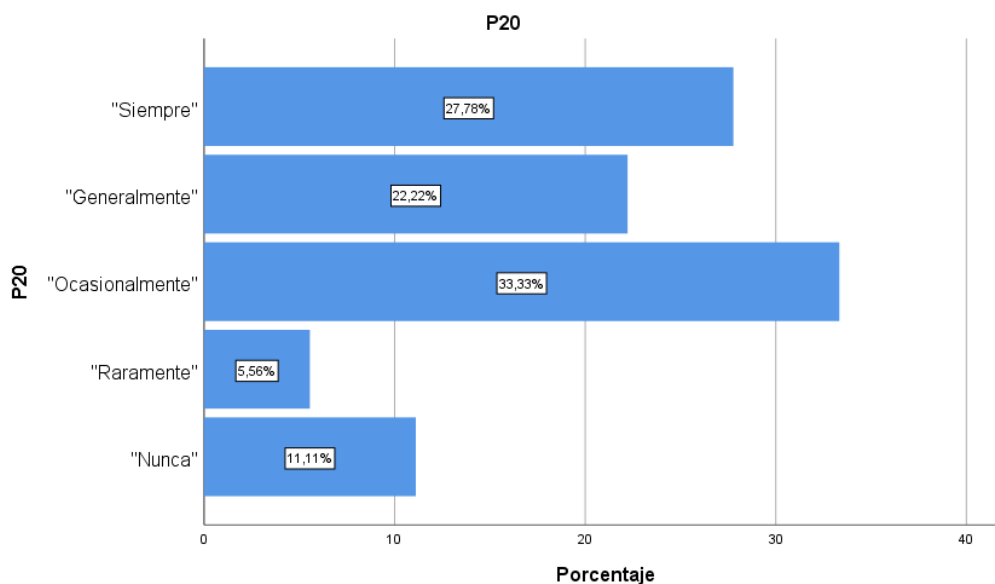
Se puede interpretar a la pregunta de si considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas, que el 11.1% remarcó que nunca, el 22.2% marcó raramente, el 16.7% indicó ocasionalmente, mientras, el 33.3% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

Tabla 26. Resultados a P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	1	5,6	5,6	16,7
	"Ocasionalmente"	6	33,3	33,3	50,0
	"Generalmente"	4	22,2	22,2	72,2
	"Siempre"	5	27,8	27,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 20. Resultados a P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

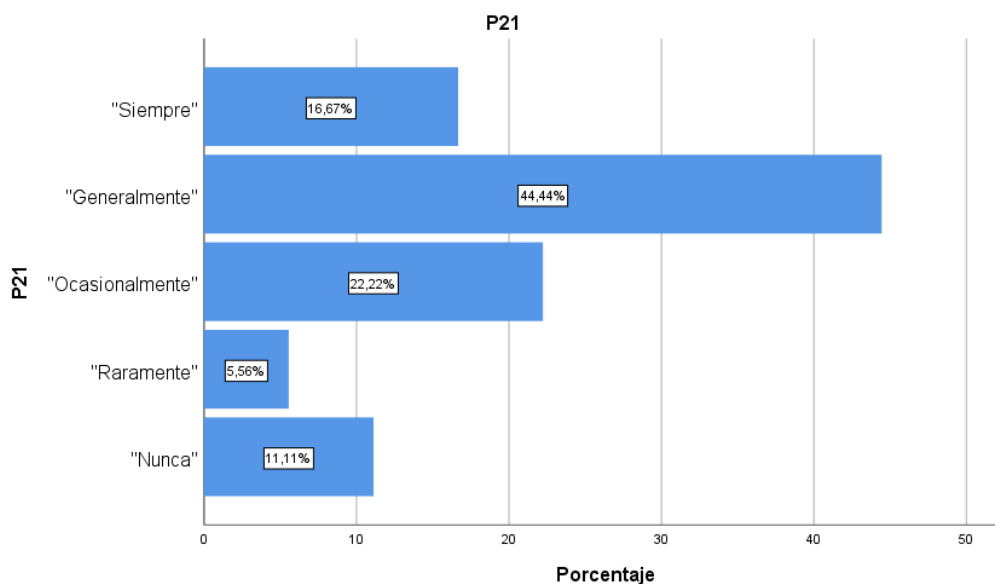
Se puede interpretar a la pregunta de si el personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio, que el 11.1% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 33.3% indicó ocasionalmente, mientras, el 22.2% remarcó que generalmente y el 27.8% marcó que siempre.

Tabla 27. Resultados a P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	2	11,1	11,1	11,1
	"Raramente"	1	5,6	5,6	16,7
	"Ocasionalmente"	4	22,2	22,2	38,9
	"Generalmente"	8	44,4	44,4	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
Total		18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 21. Resultados a P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

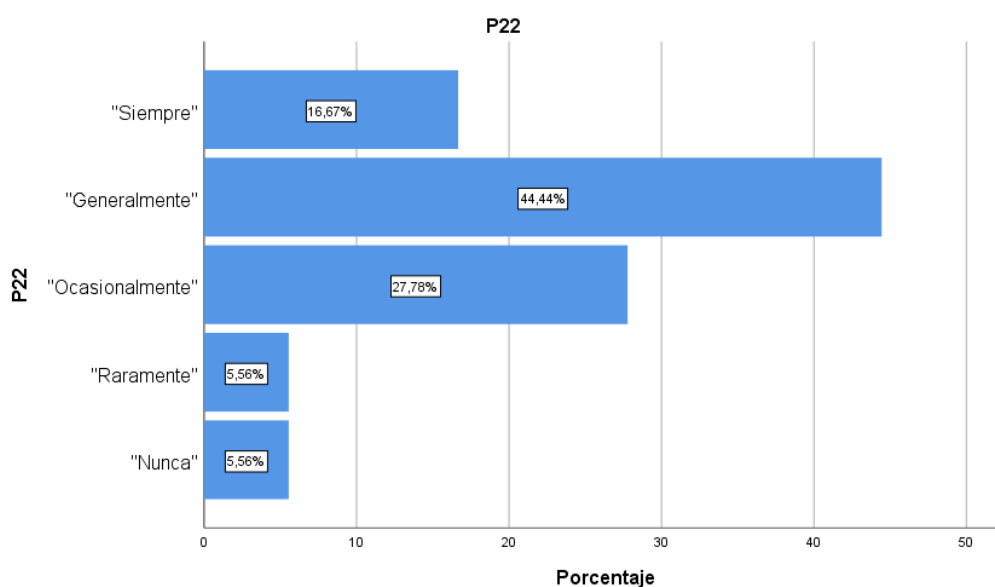
Se puede interpretar a la pregunta de si considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio, que el 11.1% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 22.2% indicó ocasionalmente, mientras, el 44.4% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

Tabla 28. Resultados a P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	1	5,6	5,6	11,1
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	38,9
	"Generalmente"	8	44,4	44,4	83,3
	"Siempre"	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 22. Resultados a P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

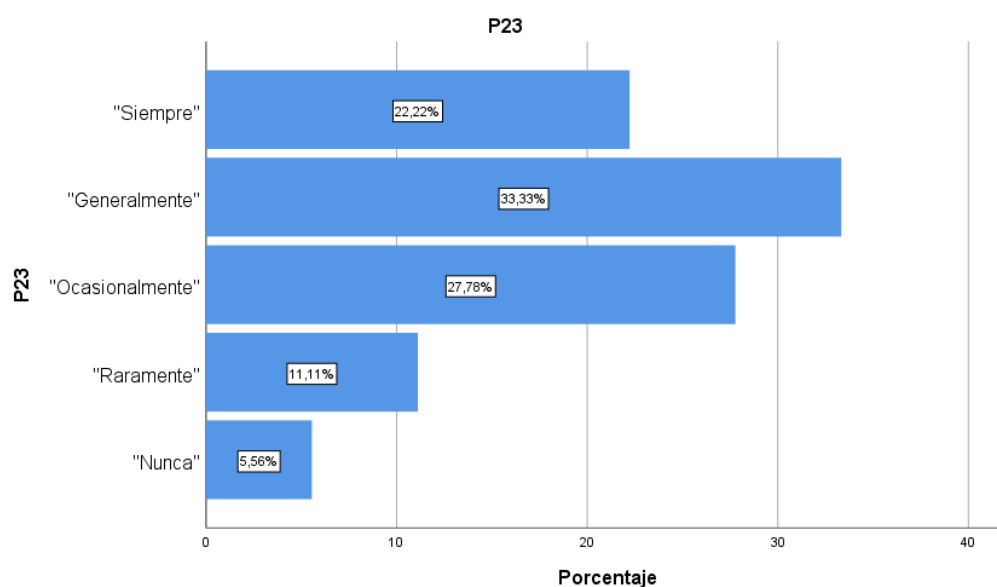
Se puede interpretar a la pregunta de si se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado, que el 5.6% remarcó que nunca, el 5.6% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 44.4% remarcó que generalmente y el 16.7% marcó que siempre.

Tabla 29. Resultados a P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	2	11,1	11,1	16,7
	"Ocasionalmente"	5	27,8	27,8	44,4
	"Generalmente"	6	33,3	33,3	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 23. Resultados a P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

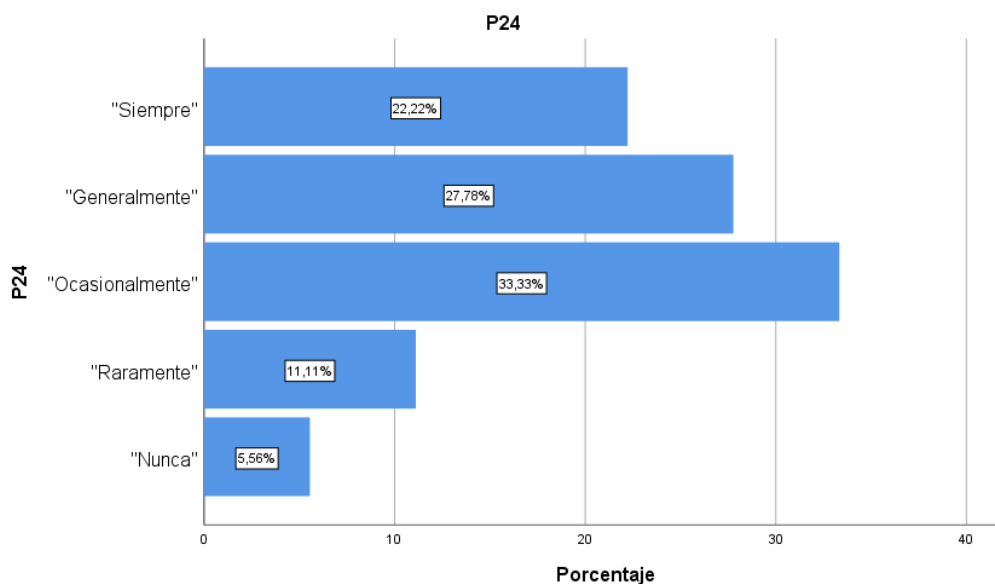
Se puede interpretar a la pregunta de si considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa, que el 5.6% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 27.8% indicó ocasionalmente, mientras, el 33.3% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

Tabla 30. Resultados a P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"Nunca"	1	5,6	5,6	5,6
	"Raramente"	2	11,1	11,1	16,7
	"Ocasionalmente"	6	33,3	33,3	50,0
	"Generalmente"	5	27,8	27,8	77,8
	"Siempre"	4	22,2	22,2	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 24. Resultados a P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas?



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Se puede interpretar a la pregunta de si se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cable Mas, que el 5.6% remarcó que nunca, el 11.1% marcó raramente, el 33.3% indicó ocasionalmente, mientras, el 27.8% remarcó que generalmente y el 22.2% marcó que siempre.

### 3.2. Prueba de normalidad

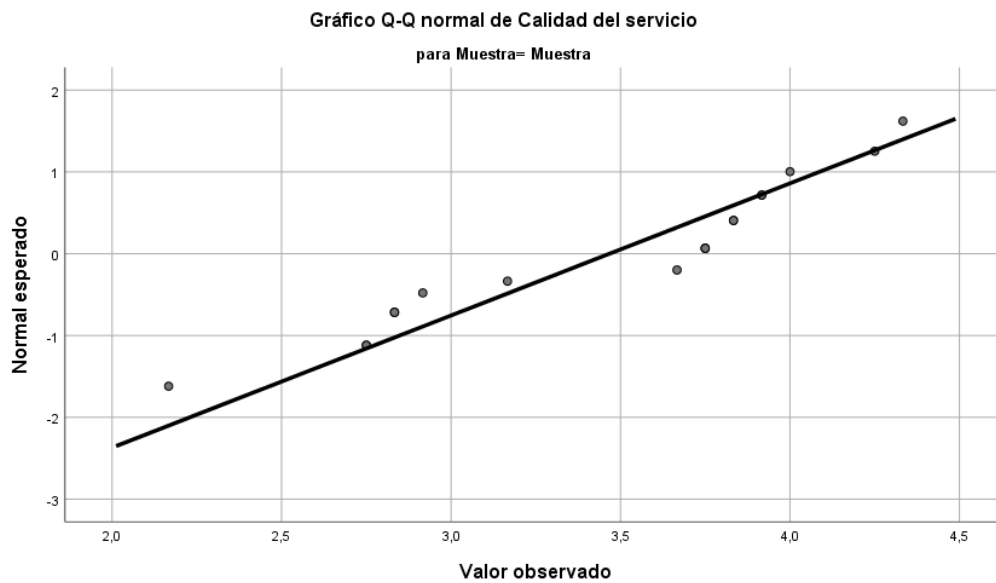
El análisis de normalidad se realizó con la prueba de Shapiro-Wilk, cuyos resultados demuestran que los datos de ambas variables tienen una distribución normal, como se muestra a continuación:

Tabla 31. Resultado de la prueba de normalidad

	Muestra	Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
Calidad del servicio	Muestra	,904	18	,067
Satisfacción del Cliente	Muestra	,879	18	,062

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

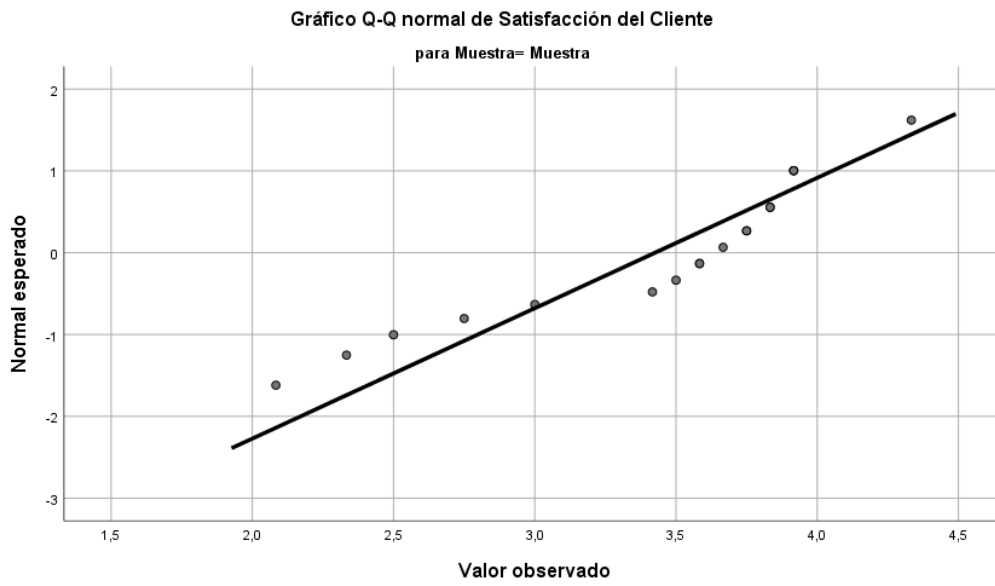
Figura 25. Gráfica de normalidad esperada de Calidad del servicio



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

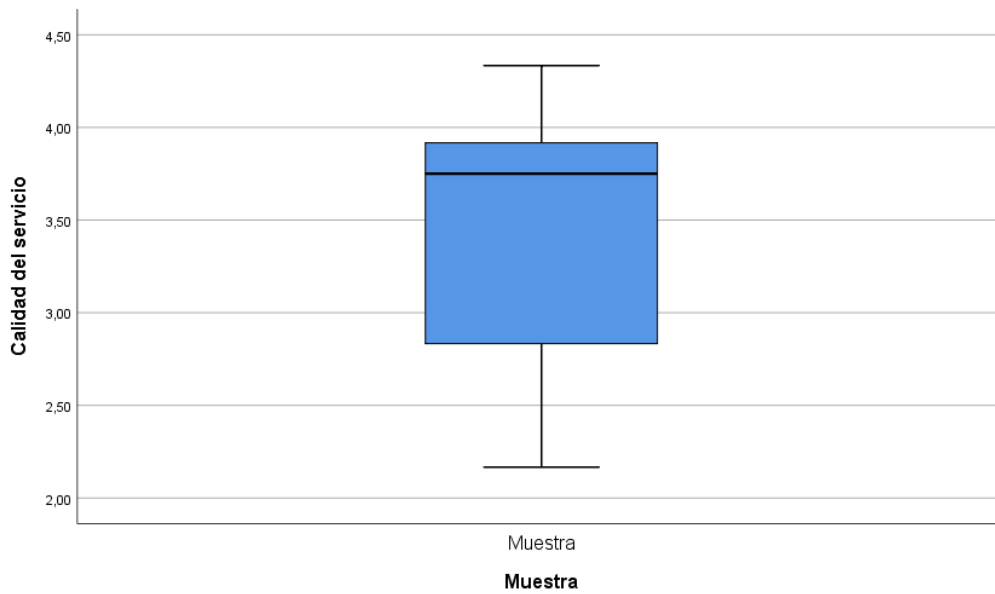


Figura 26. Gráfica de normalidad esperada de Satisfacción del Cliente



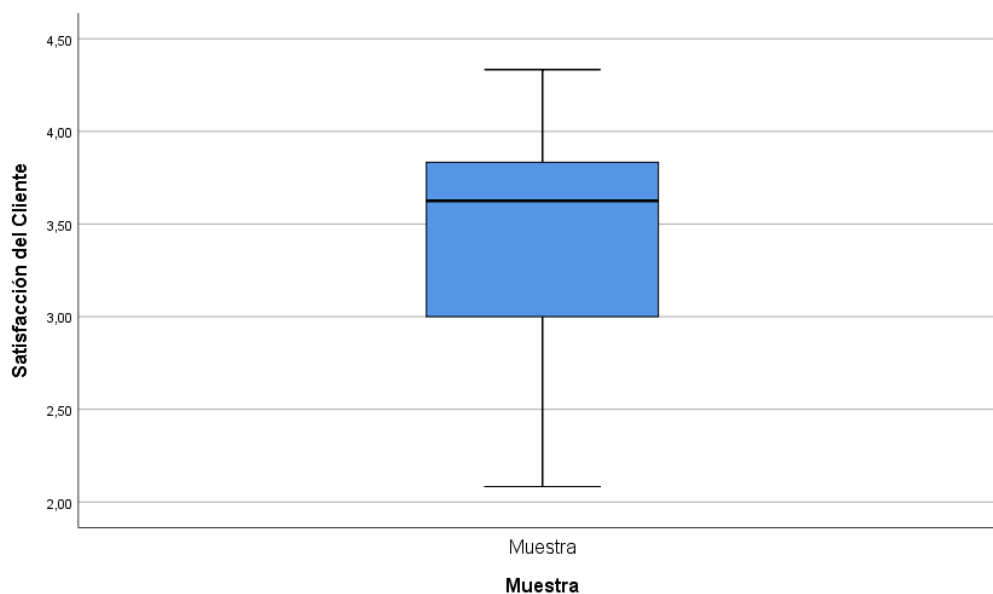
Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 27. Diagrama de cajas de la distribución de Calidad del servicio



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 28. Diagrama de cajas de la distribución de Satisfacción del Cliente



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

### 3.3. Contrastación de las Hipótesis

Las contrastaciones se realizaron con la Prueba de Pearson, demostrando correlación moderada entre las variables principales y también entre las dimensiones y la variable problema, como se muestran en las siguientes tablas:

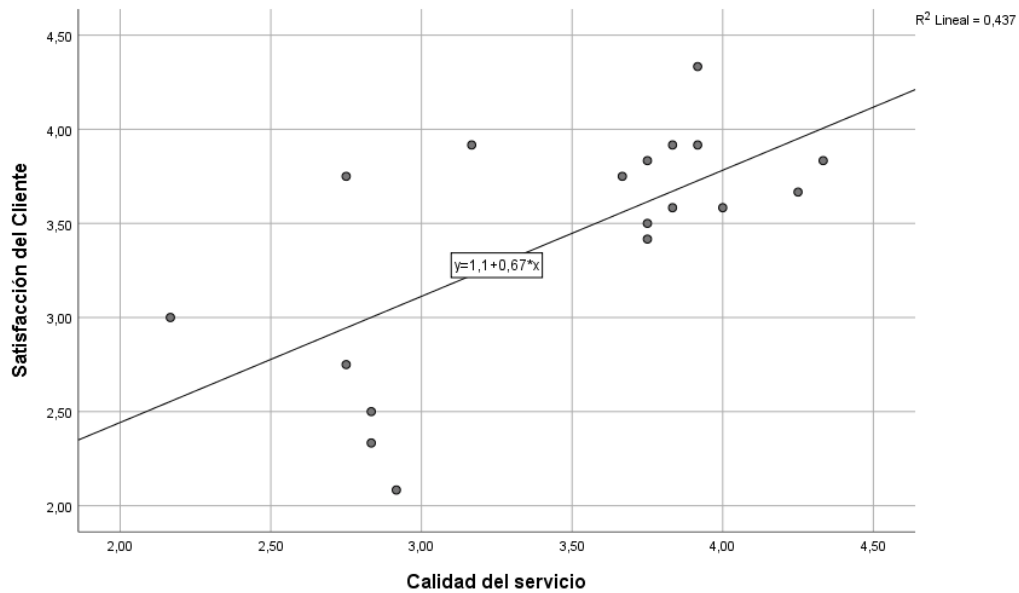
Tabla 32. Correlación general

		Calidad del servicio	Satisfacción del Cliente
Calidad del servicio	Correlación de Pearson	1	,661**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	18	18
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,661**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	18	18

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

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Figura 29. Modelo de ajuste de la investigación



Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Tabla 33. Correlación específica 1

		Nivel de atención	Satisfacción del Cliente
Nivel de atención	Correlación de Pearson	1	,539*
	Sig. (bilateral)		,021
	N	18	18
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,539*	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	18	18

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

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

Tabla 34. Correlación específica 2

		Infraestructura del servicio	Satisfacción del Cliente
Infraestructura del servicio	Correlación de Pearson	1	,647**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	18	18
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,647**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	18	18

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

*Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022*

Tabla 35. Correlación específica 3

		Capacidad de respuesta	Satisfacción del Cliente
Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	1	,554*
	Sig. (bilateral)		,017
	N	18	18
Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	,554*	1
	Sig. (bilateral)	,017	
	N	18	18

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

*Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022*

#### IV. DISCUSIÓN

Inicialmente se propuso como hipótesis “Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022”, analizando los datos recabados se observa una correlación de Pearson de 0.661, con sig. Bilateral de 0.003, lo que permitió aceptar la hipótesis general de la tesis.

Estos resultados son coincidentes con los obtenidos por los autores citados en los antecedentes de la investigación, como es el caso de Pauripancca (2019) que concluyó que “Existe una relación significativa entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos referidos del Hospital de asociación público privada en el periodo 2016 – 2017”, del mismo modo Timoteo (2018) expone que obtuvo correlación favorable aplicando la técnica de la encuesta, con 15 ítems en 5 segmentos, por su parte Quispe (2019) explica que obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.758, con significancia de 0.000, observando de esta manera correlación entre las variables sujetas al análisis.

## V. CONCLUSIONES

- 1) Con lo obtenido se afirma que la calidad de servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022, evidenciado con el estadístico R de Pearson de 0.661 evaluado en el marco de la significancia de 5% favorable.
- 2) Con lo obtenido se afirma que el nivel de atención se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022, evidenciado con el estadístico R de Pearson de 0.539 evaluado en el marco de la significancia de 5% favorable.
- 3) Con lo obtenido se afirma que la infraestructura del servicio se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022, evidenciado con el estadístico R de Pearson de 0.647 evaluado en el marco de la significancia de 5% favorable.
- 4) Con lo obtenido se afirma que la capacidad de respuesta se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022, evidenciado con el estadístico R de Pearson de 0.554 evaluado en el marco de la significancia de 5% favorable.

## VI. RECOMENDACIONES

- 1) Al gerente general de Cable Más, Carabayllo, le recomiendo potenciar la capacidad del personal de su representada, ya que es fundamental invertir en una formación continua del personal de atención al cliente. Capacitarlos en técnicas de resolución de problemas, empatía y comunicación efectiva permitirá brindar respuestas más rápidas y precisas a las inquietudes de los usuarios. Esto, a su vez, aumentará la percepción de valor y fidelización.
- 2) Al gerente general de Cable Más, Carabayllo, le recomiendo mejorar la infraestructura de redes de su representada, ya que una infraestructura de red sólida es esencial para garantizar un servicio de calidad. Es necesario realizar un diagnóstico exhaustivo de la red y ejecutar un plan de mantenimiento preventivo para minimizar las interrupciones del servicio. Además, se sugiere evaluar la posibilidad de ampliar la cobertura y mejorar la velocidad de internet en zonas con baja señal.
- 3) Al gerente general de Cable Más, Carabayllo, le recomiendo mejorar la implementación de un sistema de gestión de quejas, un sistema ágil y eficiente para gestionar las quejas de los clientes es crucial. Este sistema debe permitir a los usuarios registrar sus reclamos de manera fácil y rápida, y recibir una respuesta oportuna. Además, es recomendable realizar un seguimiento de las quejas para identificar patrones y tomar medidas correctivas.
- 4) Al gerente general de Cable Más, Carabayllo, le recomiendo fortalecer los canales de atención al cliente, ya que ampliar los canales de atención al cliente, como chat en línea, redes sociales y aplicaciones móviles, permitirá a los usuarios comunicarse con la empresa de manera más cómoda y flexible.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. ESAN ediciones: Lima.

Arias, F (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. 6ta edición. Editorial Episteme. Caracas.

Del Cid, A; Méndez, R y Sandoval, F (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. 2da edición. Editorial Pearson. México.

Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de:  
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/10164>

Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal. Recuperado de:  
<http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/1763>

Lima: Universidad Peruana de Ciencias E Informática. Recuperado de:  
<http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/64>

Lopez D. (2018) “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rchy’s de Ña ciudad de Guayaquil”.

Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de:  
<http://repositorio.ucsg.ec/handle/3317/9867>.

Zeithaml A., Parasuraman A., Berry L. (1993) “Calidad total en la gestión de servicio”.

Cuatrecasas Ll., Gonzalez J. (2017) “Gestión integral de la calidad”.

Robbins S., Coulter M. (2014) “Administración” decimosegunda edición.

Kotler P., Armstrong G. (2017) “Fundamentos de Marketing”.



Gryna F., Chua R., DeFeo J. y Pantoja J. (2007) “Método Juran” Análisis y planeación de la calidad

Varga M. y Aldana L. (2011) “Calidad y Servicio” Conceptos y herramientas.

Hernandez R., Fernandez C. y Baptista P. (2014) “Metodología de la Investigación “

Paripancca, E. (2019). “Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación publica privada. 2016 – 2017”.

Timoteo, M. (2018) “Calidad y satisfacción del usuario del seguro integral de salud – Hospital Sergio E. Bernales Junio – Diciembre 2017”.

Quispe D. (2019) “Calidad de servicio y fidelización de los clientes del club campeste y complejo recreacional Villa Barboza Distrito de Luricocha, 2019”.

Hernández, R, Fernández, C, & Baptista, P (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill, sexta edición. México.

Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para ciencias administrativas, finanzas, ciencias sociales y humanidades. Editorial Macro: Lima.

# ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1	Dimensiones V1	
¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	<b>Calidad del servicio</b>	1. Nivel de atención	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Tipo:</b> Aplicada <b>Nivel:</b> Descriptiva - Explicativa <b>Diseño:</b> No experimental, Transversal
				2. Infraestructura del servicio	
				3. Capacidad de respuesta	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable 2	Dimensiones V2	
1) ¿Qué relación existe entre el Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022?	1) Determinar la relación que existe entre el Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	1) Existe relación significativa entre la Nivel de atención y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	<b>Satisfacción del Cliente</b>	1. Condiciones del servicio	<b>Población:</b> 18 trabajadores y 2116 clientes. <b>Muestra:</b> 18 trabajadores y 18 clientes.
2) ¿Qué relación existe entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022?	2) Determinar la relación que existe entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	2) Existe relación significativa entre la Infraestructura del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022		2. Personalización de la atención	

3) ¿Qué relación existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022?	3) Determinar la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022	3) Existe relación significativa entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabaylo, 2022		3. Expectativas Calidad	<b>Instrumento:</b> cuestionario.  Contrastación de hipótesis con el SPSS v.26.
--	--	--	--	-------------------------	--

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

### Cuestionario de Calidad de Atención y Satisfacción del Cliente

Estimados Sres. (as), clientes de la empresa Cablemas, se ha diseñado el presente cuestionario con el objetivo de evaluar su percepción sobre el estudio: “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del distrito de Carabayllo, 2022”, investigación para mejorar la calidad del servicio que ofrece la empresa y promover la mejora continua de la calidad. Motivo por el cual, se le ruega responder las alternativas de manera imparcial y objetiva, marcando con un aspa “X” en los espacios debajo de los números que representan la calificación de acuerdo a la siguiente escala:

#### Escala de Codificación

1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Generalmente	Siempre

				
---	---	---	--	---

Ítems	Escala				
	1	2	3	4	5
P1. ¿El personal administrativo de la empresa atendió su requerimiento en el tiempo estipulado?					
P2. ¿El Personal administrativo demostró interés en brindarle solución a sus problemas con el servicio?					
P3. ¿El técnico que instaló el servicio, registró la información sin errores?					
P4. ¿Considera suficiente, el equipamiento del personal técnico para las instalaciones y reajustes del servicio?					
P5. ¿Le parece pertinente la calidad del internet ofrecido por la fibra óptica de Cablemas?					
P6. ¿El plan de internet contratado para su domicilio, cumple con el requerimiento de todas sus conexiones requeridas?					
P7. ¿Considera que el plan de televisión digital instalado a través de redes y módems es de calidad óptima?					
P8. ¿Los planes de TV que ofrece la empresa son equilibrados en costo y calidad?					

P9. ¿Si tiene algún inconveniente con el servicio de la empresa, se atiende remotamente su requerimiento en un tiempo prudencial?					
P10. ¿Cuándo es necesario una visita del personal técnico, se realiza en el mínimo periodo aceptable para la solución al inconveniente?					
P11. ¿En su experiencia con el servicio de la empresa Cablemas, tuvo ocasión de presentar una queja a la empresa?					
P12. ¿Tuvo la oportunidad de presentar en algún momento un reclamo en relación al servicio de la empresa?					
P13. ¿Se siente satisfecho con el precio que paga por el servicio de la empresa Cablemas?					
P14. ¿Considera que el precio por el servicio de la empresa Cablemas es competitivo en el distrito?					
P15. ¿Se siente satisfecho con el plan de internet y/o TV que contrató con la empresa Cablemas?					
P16. ¿En alguna oportunidad, tuvo que solicitar reinstalaciones o reparaciones al personal técnico con el plan de internet y/o TV contratado con la empresa?					
P17. ¿Tuvo una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los técnicos durante la instalación del plan contratado?					
P18. ¿Considera una experiencia satisfactoria con el método de trabajo de los administrativos al contratar el servicio?					
P19. ¿Considera que recibe una atención personalizada por los técnicos de la empresa Cable Mas?					
P20. ¿El personal que le atendió comprendió su necesidad específica sobre el servicio?					
P21. ¿Considera que se siente satisfecho con todo el equipamiento tecnológico de la empresa para el servicio?					
P22. ¿Se siente satisfecho con las instalaciones que se realizaron en su domicilio por el plan contratado?					
P23. ¿Considera que es satisfactoria la atención por medios remotos que brinda la empresa?					
P24. ¿Se siente satisfecho con la atención presencial de administrativos y técnicos que ofrece la empresa Cablemas?					

*¡Muchas gracias! Los datos recabados serán de mucha importancia para la empresa*

## Anexo 3. Base de datos

	Calidad del servicio												Satisfacción del Cliente											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Encuestado_1	4	2	3	5	3	3	4	4	4	4	5	4	3	2	1	5	2	3	4	4	5	3	5	5
Encuestado_2	4	5	4	4	4	3	2	5	1	5	5	2	4	4	3	4	5	4	2	3	3	5	3	5
Encuestado_3	3	3	4	3	4	4	1	3	2	1	2	3	4	4	5	3	3	1	4	5	5	3	5	3
Encuestado_4	3	4	3	3	5	3	3	1	4	1	2	3	3	1	2	2	3	1	2	1	1	3	3	3
Encuestado_5	4	4	4	4	2	5	5	4	5	5	4	5	4	1	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3
Encuestado_6	4	2	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	2	4	4	4	1	5
Encuestado_7	4	4	4	3	4	3	5	3	5	3	3	4	4	4	2	5	4	5	5	3	4	3	4	3
Encuestado_8	1	2	1	2	4	3	4	2	4	1	1	1	4	1	4	1	3	4	5	3	3	4	2	2
Encuestado_9	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	2	5	2	5	5	4
Encuestado_10	3	3	3	1	4	4	3	4	1	4	2	1	1	3	4	2	2	3	5	1	4	4	2	2
Encuestado_11	5	4	3	3	5	4	5	2	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4
Encuestado_12	4	5	3	2	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	1	4	4	3
Encuestado_13	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	2	3	4	5	2	4	4
Encuestado_14	4	3	1	3	5	1	3	3	4	2	2	3	1	3	4	2	1	1	3	3	3	3	3	1
Encuestado_15	2	3	2	5	1	2	2	4	2	5	4	2	3	1	3	2	4	2	1	3	4	1	3	3
Encuestado_16	4	1	2	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4
Encuestado_17	4	4	2	5	4	4	3	4	5	3	5	2	5	3	4	3	2	5	1	2	4	4	4	4
Encuestado_18	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	1	5	4	5	4	3	4	5	4	5

Fuente: Encuesta en la empresa Cable Mas, 2022

## Anexo 4. Evidencia de similitud digital

# Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabayllo, 2022

*por Lopez Rojas Walter*

---

**Fecha de entrega:** 06-ene-2024 03:03p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2425924551

**Nombre del archivo:** Tesis\_\_Walter\_Lopez\_\_Administración\_e.docx (1.27M)

**Total de palabras:** 12992

**Total de caracteres:** 66478



## Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.upci.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>18%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.unh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>docplayer.es</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universidad Global del Cusco S.A.C.</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.unfv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

9	<a href="http://www.cio.mx">www.cio.mx</a> Fuente de Internet	1 %
10	<a href="http://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
12	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://apirepositorio.unh.edu.pe">apirepositorio.unh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
16	<a href="http://repositorio.uap.edu.pe">repositorio.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://repositorio.upagu.edu.pe">repositorio.upagu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %


20	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1%
21	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%
22	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1%

Excluir citas      Activo

Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      < 20 words

## Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio


  
**UPCI**
  
UNIVERSIDAD PERUANA CIENCIAS E INFORMÁTICA
  
Membresía Patrono de Ciencia e Innovación

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN  
 DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS  
 EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI**

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: López Rojas Walter

DNI: 07264817 Correo electrónico: walterlopez@gmail.com

Domicilio: Dr. Romanay 358 Depto. 202 Urb. Ciudad Park Los Olivos

Teléfono fijo: 5236794 Teléfono celular: 936076355

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO O TESIS

Facultad/Escuela: Ciencias Empresariales y de Negocio

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller ( ) Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:  
"Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cables Mas del Distrito de Carabaylla, 2022"

3.- OBTENER:



Bachiller ( ) Título (X) Mg. ( ) Dr. ( ) PhD. ( )

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):  
 Sí, autorizo el depósito y publicación total.  
 No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 21 días del mes de 11 de 2023.

## Anexo 6. Formatos de validación de instrumento



## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

**Experto Informante:** MELGAREJO MENDOZA, PAULO CESAR

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022”

Autor del Instrumento: Lopez Rojas, Walter

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGIA	Considera que los Items miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Items utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 12 de octubre de 2023.

  
**Firma del Experto Informante**  
 DNI: 04069109 Telf./Cel.: 945380532

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES:

**Experto Informante:** HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022”

Autor del Instrumento: Lopez Rojas, Walter

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Items miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Items utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

#### III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 12 de octubre de 2023.

  
**Firma del Experto Informante**  
DNI: 42037740 Telf./Cel.: 941463983

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES:

Experto Informante: **SANTOS ESPARZA, CARLOS ENRIQUE**

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Cable Mas del Distrito de Carabaylo, 2022”

Autor del Instrumento: Lopez Rojas, Walter

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy Bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Items miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Items utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

#### III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 12 de octubre de 2023.

  
Firma del Experto Informante  
DNI: 07187345 Telf./Cel.: 961089163