



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Optimización de parking y satisfacción del cliente en
estacionamientos de una red privada de clínicas, distrito de Surco,
2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Atalaya Pisco, Jaime (orcid.org/0000-0001-6781-0655)

ASESOR:

Dr. Esquivel Castillo, Luis Alejandro (orcid.org/0000-0003-2665-497X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo de Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

A mi madre, que desde otro plano sé que estuvo y está conmigo; a mi hija y esposa que siempre estuvieron apoyándome en el desarrollo del presente trabajo y finalmente a mi hermana quién me compartió su experiencia y conocimientos.

Agradecimiento

A mi familia, docentes y amigos quienes me brindaron en todo momento su apoyo y con el cual me ayudaron hacer realidad este trabajo. Mi eterno agradecimiento a todos y espero seguir contando siempre con ese soporte incondicional.

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEORICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y Operacionalización del estudio	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.3.1. Población	16
3.3.2. Muestra	16
3.3.3. Muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
3.5. Procedimiento	20
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS	55

Índice de tablas

Tabla 1. Resultados de validez del instrumento de Optimización	19
Tabla 2. Resultados de validez del instrumento de Satisfacción del cliente	19
Tabla 3. Estadística de fiabilidad de los instrumentos	20
Tabla 4. Categorización de las puntuaciones directas	23
Tabla 5. Niveles de la optimización de parking	23
Tabla 6. Niveles de la satisfacción del cliente	24
Tabla 7. Niveles de las dimensiones de la optimización de parking	25
Tabla 8. Niveles de las dimensiones de la satisfacción del cliente	27
Tabla 9. Niveles de la optimización de parking con la satisfacción del cliente	28
Tabla 10. Niveles de la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente	29
Tabla 11. Niveles de la rotación de estacionamientos con la satisfacción	30
Tabla 12. Niveles del flujo vehicular con la satisfacción del cliente	31
Tabla 13. Prueba de normalidad de las variables	32
Tabla 14. Valor del estadístico de contraste de la hipótesis general	33
Tabla 15. Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 1	34
Tabla 16. Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 2	35
Tabla 17. Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 3	36
Tabla 18. Operacionalización de la variable optimización	55
Tabla 19. Operacionalización de la variable satisfacción del cliente	55

Índice de figuras

Figura 1. Niveles de la optimización de parking	23
Figura 2. Niveles de la satisfacción del cliente	24
Figura 3. Niveles de las dimensiones de la optimización de parking	26
Figura 4. Niveles de las dimensiones de la satisfacción del cliente	27

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo principal el determinar la relación entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente, el enfoque es el cuantitativo de tipo aplicada con un diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional que llegó a evaluar a un total de 81 personas en estacionamientos de una Red Privada de Clínicas en el distrito de Surco, para ello se hizo uso de dos escalas de medición de tipo Likert, una para cada variable y ambas contaban con valores adecuados de validez y confiabilidad. Dentro de los principales resultados se encontró que en la optimización de parking el 81.48% del total de los evaluados obtuvieron un nivel medio, el 13.58% un nivel bajo y un 4.94% un nivel alto, en la satisfacción del cliente se encontró que el 75.31% de los evaluados obtuvieron un nivel medio, el 22.22% un nivel bajo y un 2.47% un nivel alto. Se llegó a la conclusión que si existe relación significativa, positiva y muy alta entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente.

Palabras clave: optimización de parking, satisfacción del cliente, capacidad ociosa, rotación de estacionamientos, flujo vehicular.

Abstract

The main objective of this study was to determine the relationship between parking optimization and customer satisfaction, the approach is quantitative, applied with a non-experimental, cross-sectional, descriptive and correlational design that evaluated a total of 81 people in parking lots of a private network of clinics in the district of Surco, using two Likert-type measurement scales, one for each variable and both had adequate values of validity and reliability. Among the main results, it was found that 81.48% of the total of those evaluated obtained a medium level of parking optimization, 13.58% a low level and 4.94% a high level; in customer satisfaction it was found that 75.31% of those evaluated obtained a medium level, 22.22% a low level and 2.47% a high level. It was concluded that there is a significant, positive and very high relationship between parking optimization and customer satisfaction.

Keywords: parking optimization, customer satisfaction, idle capacity, parking lot turnover, vehicle flow, complaint management

I. INTRODUCCIÓN

En el reciente escenario económico en el mundo y habiendo pasado más de dos años de iniciarse la pandemia, las empresas se afectaron por ella ocasionando gran impacto sobre la gestión y economía de la mayoría de las empresas (Błaszczuk et al., 2022; Guedhami et al., 2022; Nadrés et al., 2021; Chávez & Montenegro, 2021); sin embargo, estas unidades productivas han tenido un desempeño variado frente a ella, inclusive dentro de una misma área geográfica o sector de una economía (Shen et al., 2020). De acuerdo a una investigación desarrollada por el Banco Mundial (2021) aplicada a más de sesenta países a nivel mundial, el 34% de las empresas incrementó el uso de internet, plataformas digitales y redes-medios sociales y el 17% invirtió en programas informáticos o soluciones digitales, el 65% de las empresas ajustó su planilla, reduciendo horarios o sueldos u otorgando licencia.

Todo esto ha repercutido en la variabilidad en que se dan los servicios, ahora en una etapa de reactivación de la economía y donde la emergencia sanitaria viene dando menos restricciones, las organizaciones se vienen activando, para lo cual es necesario que desarrollen una serie de estrategias que permitan continuar con un trabajo eficiente y eficaz (Teng et al., 2022; Quiliche et al., 2021; Chen et al., 2020), dando el valor que corresponda a cada aspecto relevante para el logro de los objetivos y uno de estos aspectos importantes a considerar es la optimización del parking.

La optimización del parking es un factor relevante dentro de la organización de toda institución ya que es un aspecto fuertemente ligado a la comodidad en la elección de los clientes en tener un ambiente grato y seguro donde aparcar sus vehículos (Solís, 2020; Zhang et al., 2018), esto tiene que ver con un sentido de confort importante que se cumpla de manera adecuada antes de recibir un servicio, por lo que es conveniente poder atribuir una serie de estrategias que puedan generar el mejor desempeño posible, tal es el caso de la implementación de la tecnología en la facilidad de esta tarea (Díaz et al., 2022; Velandia & Palacio, 2019; Chai et al., 2018).

En América Latina, se conoce que son las metrópolis las que más congestión vehicular genera en el mundo, esta problemática no solo atañe a los países de esta parte del mundo, sino que se dan en las grandes urbes a nivel mundial y es un

fenómeno que necesita ser abordado y requiere una solución dado que genera costos ocultos (Bouskela et al., 2016).

En el Perú, se tiene escasez de estacionamientos en la mayoría de grandes ciudades, generando una serie de complicaciones relacionadas a la pérdida de tiempo en la búsqueda de estacionamientos, multas por mal uso de la vía pública y el estrés originado por el tráfico, todos estos aspectos pueden generar en los usuarios de toda organización previo a la adquisición de un bien o servicio, es por ello que es preciso generar la mayor cantidad posible de estrategias que permitan brindar solución ante esta problemática que se vincula a la satisfacción de una necesidad del usuario (Pérez, 2017).

En el año 2016 se observó en la ciudad de Lima un déficit de estacionamientos de unos 45 mil y para el distrito de Surco unos 8 mil aproximadamente. En ese sentido, la falta de estacionamientos más el tráfico en la zona de estudio, genera malestar e incomodidad en los conductores por qué no logran estacionar sus autos. (Luz Ámbar, 2016).

En ese marco, la problemática del presente trabajo se enfoca en lograr relacionar de forma positiva y consecuente a la optimización de parking en los estacionamientos de la red privada de clínicas en el distrito de Surco y la satisfacción del cliente. Es así como, se motiva el planteamiento de la propuesta basándose en el número de quejas originados por la poca disponibilidad de parqueo para los usuarios de la red privada de clínicas y que tuvo su origen en la liberación de las medidas restrictivas sanitarias por la COVID-19, provocando un incremento de las consultas presenciales, pero manteniendo la misma cantidad de parqueos.

Ante esta realidad, se propone la siguiente pregunta de investigación: ¿En qué medida la optimización de parking se relaciona con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022? Y como problemas específicos: PE1: ¿En qué medida la capacidad ociosa se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos? PE2: ¿En qué medida la rotación de estacionamientos se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos? PE3: ¿En qué medida el flujo vehicular se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos?

El presente trabajo cuenta con una justificación teórica ya que presenta de manera ordenada y sistematizada las definiciones conceptuales de cada una de las variables, del mismo modo expone los principales enfoques y teorías que permiten su comprensión, lo cual ha de ser relevante para el conocimiento y comprensión de las variables y puede ser referente para el desarrollo de futuras investigaciones que trabajen con alguna de las variables. Del mismo modo se cuenta con una justificación metodológica ya que permite conocer la relación entre la optimización del parking con la satisfacción del cliente, del mismo modo se presentan dos instrumentos con niveles adecuados de validez y confiabilidad los cuales pueden ser utilizados para la medición de estas variables o para el desarrollo de investigaciones que involucre a alguna de ellas. El estudio también cuenta con una justificación práctica social ya que al conocer la relación entre estas variables se puede generar una serie de estrategias que permita mejorar la optimización del parking e incrementar los niveles de la satisfacción del cliente, siendo estos aspectos relevantes para el desarrollo de la organización y a la vez conlleva a un bienestar a los usuarios.

Por lo consiguiente, el objetivo principal fue: Determinar si la optimización de parking se relaciona con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022. Los objetivos específicos fueron: OE1: Determinar si la capacidad ociosa se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos. OE2: Determinar si la rotación de estacionamientos se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos OE3: Determinar si el flujo vehicular se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos.

Es así como, se propuso la hipótesis general: Existe relación significativa entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022. Y, las hipótesis específicas son: HE1: Existe relación significativa entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos. HE2: Existe relación significativa entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos. HE3: Existe relación significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos.

II. MARCO TEORICO

El presente estudio se sustenta en fuentes como estudios y artículos, en ese sentido, el presente trabajo se ha considerado trabajos previos nacionales e internacionales. Como antecedentes nacionales se tiene a Álvarez et al. (2022) quienes establecen como objetivo, ofrecer una plataforma web que permita brindar información a conductores, en algunos distritos (inicialmente) de Lima Metropolitana, ubicación de estacionamientos libres. Además, ofrecer la opción de afiliación que permitan incrementar las ventas y la rentabilidad del negocio. La metodología usada fue cuantitativa con encuestas online. El resultado obtenido da cuenta que, la digitalización y el uso intensivo de la tecnología, está cambiando la manera no solo de cómo es que se hacen los negocios hoy en día, sino también la forma de cómo se vinculan entre sí. Concluyendo que la plataforma responde a la problemática de la carencia de espacios donde estacionar, conectando a los usuarios con estacionamientos que tienen disponibilidad de espacios creando así una propuesta de valor mediante oportunidades de incrementar las ventas y al mismo tiempo ofreciendo seguridad y ahorro de tiempo a los usuarios de estacionamientos.

De otro lado, Cabrera & Ruiz (2020) proponen como objetivo aumentar el control vehicular en estacionamientos, mediante el uso de un sistema de reserva de parqueo vía web (App). El método tuvo como diseño de estudio la experimental y usando simultáneamente los métodos pretest y post test, es decir, tiene un enfoque cuantitativo, obteniéndose resultados como la reducción del tiempo en los registros de la separación de los espacios, y la media del tiempo para la ubicación de estacionamientos disponibles y redujo el tiempo promedio para la obtención de los reportes de las reservas que realizó el usuario. Concluyendo que, con la implementación del App, mejoro el control de autos en la playa de estacionamiento.

También se tiene a Chaca (2019) expone como objetivo de optimizar el proceso de control de acceso vehicular mediante un diseño que optimice los procesos neurálgicos del estacionamiento. El desarrollo metodológico utilizado fue de tipo investigativo proyectivo, usando el método inductivo-deductivo y el enfoque usado es mixto, es decir, el cualitativo y cuantitativo. El resultado obtenido permitió demostrar que la utilización de la tecnología móvil y la eliminación de emisión de un ticket para

ingresar al estacionamiento optimiza los procesos reduciendo el congestionamiento vehicular al momento de ingresar al parking. Concluyendo, que mediante el rediseño de procesos incorporando un sistema de información, redujo a la mitad los tiempos en los procesos de ingreso y salida de vehículos

Asimismo, García & Torrejón (2017) quienes tienen como objetivo distinguir, evaluar y delinear un conjunto de acciones que tengan como propósito mejorar la satisfacción al cliente y los procesos operacionales del centro comercial analizado, además de incentivar el control constante y estandarización de los procedimientos para que converjan en la mejora en la calidad de servicio. El método usado fue longitudinal, dado que se pretende investigar diferentes variables y el enfoque a desarrollar fue cuantitativo y cualitativo. Como resultado, se precisaron los motivos de los problemas como infraestructura inadecuada, equipos defectuosos, falta de orden y limpieza, además de una carencia en la supervisión y planeamiento discordante con la realidad del negocio. Concluyeron, que la mejora tiene que estar alineada con los objetivos y tienen que dirigirse a la satisfacción de cliente, la eficiencia en el gasto, optimizar y uniformizar los procesos.

Por último, Pérez (2017) presenta como objeto de estudio, el desarrollo de una oportunidad de negocio y crear un sistema de parqueo usando un aplicativo móvil para ubicar estacionamientos en la ciudad de Arequipa. La metodología usada es la de una investigación exploratorio- descriptivo y los enfoques usados fueron cualitativo y cuantitativo, usando la técnica fue la recolección de datos mediante encuestas y entrevistas. Como resultado de la investigación realizada, el proyecto es factible por ser un servicio progresista. Se concluye, que la falta de operadores que ofrezcan este tipo de servicios desatiende un mercado potencial y crea un interés en los usuarios usar dicho aplicativo, dado que no existe aplicativos similares que brinden información sobre disponibilidad de estacionamientos en dicha ciudad.

Del mismo modo, se cuenta con antecedentes a nivel internacional como Chavaná (2019), el objetivo de su trabajo fue brindar una solución para ubicar estacionamientos en el centro de la ciudad de Guayaquil, usando aplicativos móviles y optimizar los tiempos de búsqueda de los conductores. Es así como, el trabajo se desarrolla con un método combinado, experimental-cuantitativa y bibliográfica. Y como

resultado, se obtuvo que la solución permite a los usuarios registrados poder acceder a los estacionamientos, mostrando los más cercanos a la zona bancaria, además de generar ahorro y beneficio a los administradores de los estacionamientos, mejorando el servicio ofrecido. Se concluyó que, mediante las encuestas realizadas, existió la necesidad del uso del aplicativo por parte de los conductores para ubicar un sitio disponible, quedando satisfechos con la utilidad del App, permitiéndoles optimizar tiempo y realizar sus actividades sin apuros, incrementando la satisfacción del cliente.

De otro lado, Roche & Posada (2018) plantearon como objetivo, definir la factibilidad que una empresa que brinde el servicio mediante el uso de aplicativo móvil para parquear automóviles en la ciudad de Medellín y ofrezca el servicio de ubicación de estacionamientos cercanos a su destino, disponibilidad, reserva y pago en línea. El método contó con un enfoque cuantitativo y estudio deductivo. Los estudios realizados en el proyecto exhiben resultados viables en términos de la realización de este, así como el resultado económico. Concluyeron, que el sector de aplicativos móviles resulta ser muy sugerente para la realización de inversiones, evidenció problemas de movilidad en la ciudad y la iniciativa propuesta y es aceptada por la comunidad.

El autor Buñay (2018), presenta como objetivo una propuesta de administración de parqueadores a través de sistemas que proporcionen eficiencia y un servicio de óptimo en el centro de Guayaquil. La metodología usó el tipo de investigación descriptiva y un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo. La propuesta resultó viable, en base al fruto de la evaluación financiera y su impacto para llegar al objetivo, resolver la problemática de encontrar un lugar donde estacionar. Asimismo, concluye que al identificar la dificultad para estacionar y la aceptación del uso del App móvil y solucionar la problemática de los conductores e identificando fácil y eficientemente los espacios disponibles en los estacionamientos, permitirán a los usuarios reservar rápidamente, optimizar la disponibilidad y satisfacer la necesidad del cliente.

Del mismo modo, Jaya et. al. (2021) exponen como objetivo principal el indagar cómo se fundamenta el método de venta de boletos en línea y su efecto en los retrasos de los transbordadores, gestión de estacionamiento en un muelle y la optimización de la operación de un muelle. Los autores usaron en su investigación el método cuantitativo, análisis descriptivo y mediante encuestas en usuarios de una empresa de

embarcaciones portuarias en Indonesia, obteniendo como resultado concluyente que, existe una correlación verdadera entre la calidad del servicio y la satisfacción de los pasajeros.

Asimismo, Buñay (2016) cuyo propósito consistió en implementar un sistema de parqueo inteligente, usando dispositivos inalámbricos que ayudaran a optimizar el tiempo, combustible y el flujo vehicular en un centro comercial en la ciudad de Quevedo, Ecuador. El presente trabajo tuvo una metodología descriptiva, experimental y cuantitativa; obteniendo como resultados la aceptación del uso del aplicativo, contribuyendo a la mejora de la calidad de la prestación brindada y satisfacción al usuario. Finalmente, concluye que el proyecto es realizable después de analizar los resultados de la implementación del App en el estacionamiento del centro comercial.

Por otro lado, Alkheder et al. (2016) plantearon como objetivo la solución al problema de estacionamiento que se presenta en la ciudad Abu Dhabi. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo y utilizó como técnica las encuestas. Los resultados obtenidos, indican que el aplicativo móvil ayudará a aminorar los tiempos en la búsqueda de estacionamientos y optimizará la disponibilidad de estacionamientos en Abu Dhabi. Concluyendo, que el nuevo sistema hará que a los usuarios solo les tome algunos segundos reservar un estacionamiento en cualquier momento usando el aplicativo móvil, con la ventaja de poder ver el estado actual del estacionamiento elegido en el centro comercial.

Prosiguiendo con el estudio se presenta la definición de las variables, en primer lugar, tenemos a la optimización de parking, la cual alude a lograr identificar los problemas referentes a la actividad de parking y tras ello planificar una serie de actividades que permitan implementar estrategias para optimizar el desempeño de esta actividad. (Pérez, 2019).

De acuerdo con Chaca (2019), la optimización permite automatizar los procesos otorgando mejores resultados, reduciendo la evasión y minimizando los errores, así mismo, refiere, que al usar tecnología actual conlleva a mejorar la experiencia del cliente e incrementa su satisfacción. De otro lado, refiere al conocimiento como parte integral para lograr la optimización y en la que el personal deba de saber o conocer

para brindar el soporte y resolver los inconvenientes que se puedan presentar en un proceso.

Los autores Cantor & Galeano (2019), definen la optimización como una forma mediante la cual se pueden tomar decisiones oportunas y eficientes con el propósito de sacar provecho a todos los recursos disponibles y obtener una solución específica a un problema planteado. Además, consideran a la optimización, valiosa en los procesos que se siguen en las empresas dado que ayuda en la utilidad de los procesos, contribuyendo a la obtención de resultados esperados. Por último, consideran que la optimización ayuda a brindar una solución eficiente y eficaz a la problemática de las empresas usando el proceso, innovación y ajustándola al propósito de la investigación.

De otro lado, Bañares & Trujillo (2019) nos dicen que la gestión de estacionamientos asocia a directrices y elementos, como la tecnología, para obtener un resultado más eficiente de los recursos que existen en los estacionamientos, es decir, optimizar las plazas existentes mediante el uso aplicativos. Asimismo, cuando se ejecuta correctamente la gestión de los espacios dentro de un estacionamiento, proporciona una serie de beneficios a la sociedad como el económico, social y ambiental. También se refiere a la gestión óptima de los estacionamientos, como una arista fundamental en aquellas áreas donde no solo se desarrollan actividades comerciales, sino en aquellas donde no se realizan.

La investigación de Urrutia (2017), quien se refiere a las redes neuronales como algoritmos que ayudan a realizar actividades propias del cerebro, por ejemplo, como el aprender u optimizar procesos que se sustentan en conceptos que provienen de la investigación del cerebro. Y justamente en el desarrollo de su investigación, elabora un árbol de decisiones que tiene como propósito optimizar el uso de los estacionamientos destinados para los camiones en un campamento minero.

Del mismo modo, Al Shahrani et al., (2022) refieren al uso del internet de las cosas con el propósito de agilizar los cambios en el ámbito sanitario, como perfeccionar la participación del paciente, los efectos y modificar la atención clínica de accesibilidad de una acción reactiva a una preventiva. Sin embargo, esto supone una exposición de información sensible y confidencial tanto de médicos y pacientes,

haciéndolos vulnerables y en ese contexto, los autores exponen a la optimización juntamente con otros elementos informáticos como una solución a la exhibición de data de los actores del sistema de salud.

De acuerdo con Diwekar (2020), la optimización es parte de la vida. El curso de la transformación en la naturaleza explica que sigue a la optimización. En nuestro día a día decidimos que es lo que creemos y que logre maximizar el lazo de lo que necesitamos para alcanzar un objetivo en específico. En su gran mayoría, estas decisiones se sustentan en la cantidad de conocimiento del sistema sin invocar a ninguna hipótesis matemática. El autor menciona, además, que la comunidad actual no sólo vive en un contexto de intensa lucha, sino que también se ve forzada a programar su crecimiento de manera incesante sin dejar de preocuparse por conservar los recursos con los que dispone. Por lo tanto, refiere el investigador, que se ha vuelto conminatorio planear, trazar, ejecutar y administrar los recursos y activos disponibles para llegar al propósito y que, es la optimización.

Por otro lado, en su trabajo de investigación Amasifuén et al., (2020), refieren el concepto de optimización e indica que viene a ser la búsqueda de la solución más deseable a los obstáculos que se presenten, con el fin de satisfacer todos los ámbitos abarcando a cada uno de los aspectos relacionados al problema. Asimismo, mencionan que la optimización es el acto y efecto de optimizar, el cual referencia a la búsqueda de cómo realizar una actividad de la mejor manera posible. Seguidamente, los autores desarrollan al enfoque de la optimización, el cual se sustenta en el perfeccionamiento de algún proceso o acción, haciéndolo más eficiente. Cabe mencionar que la gestión de procesos es una forma de ejecutar y que tiene como intención analizar periódicamente el estilo en la cual se llevan a cabo las tareas y técnicas dentro de una organización y en la que se busca la optimización permanente en los resultados que se consiguen como fruto de la gestión ejecutada (Schermerhorn et al., 2020; Harmon, 2019; Slack & Brandon, 2018).

Para el estudio de la optimización del parking se ha considerado dentro de su estructura 3 dimensiones: capacidad ociosa, rotación de estacionamientos y el flujo vehicular. En relación con la capacidad ociosa alude a la capacidad instalada que no está siendo usada u ocupada, pero que se encuentra disponible para su uso y, en la

medida en que una organización planea su desarrollo y crecimiento, determinar la capacidad de producción de un bien o de un servicio obligatoriamente tendrá su efecto en el corto, mediano y largo plazo. (Figuroa, 2016).

Para esta dimensión se ha considerado como indicador el inventario de estacionamientos que, de acuerdo con Figuroa (2016), es la compilación de información respecto a ubicación, el área disponible y tipo de espacios que se dispone. De otro lado, refiere que la información esencial a obtener de la oferta es a través de un inventario de estacionamientos y para lo cual se tiene que considerar los siguientes datos: capacidad, entiéndase como la cantidad de estacionamientos para cada tipo de auto; límites para el tiempo y horas de atención; tarifas y forma de cobro; tipo de parking: aire libre, con techo o subterráneo y disposición de los espacios para estacionar: paralelo, diagonal, etc. Finalmente, se considera al inventario de estacionamientos como el principal elemento para calificar el tipo de operación.

Con respecto a la rotación de estacionamientos se define como la cantidad de oportunidades que se usa un espacio en un lapso de tiempo, generalmente la temporalidad usada es de una hora. Asimismo, se puede expresar para varios espacios de estacionamientos, obteniéndose un índice promedio de rotación. (Correal & Murcia, 2021). Según Guanolema (2021), la rotación es el número de veces que un punto de estacionamientos es usado.

Su indicador es el índice de rotación, el cual Guanolema (2021) menciona que, en función a la oferta y demanda de estacionamientos, se obtienen el siguiente dato: índice de rotación. En ese sentido el índice de rotación se expresa mediante la siguiente fórmula $IR = \text{Demanda estacionamiento} / \text{Oferta estacionamiento}$.

Sobre el flujo vehicular se define como la forma como los vehículos se mueven o transitan en cualquier vía; asimismo, se determina que existe dos tipos de flujo vehicular: continuo (circulación de autos donde no hay intersecciones con semáforos o señalización de pare) y discontinuo (tienen elementos estáticos que pueden interrumpir la circulación vehicular). Se precisa que, dichos términos hacen referencia al tipo de vía y no a la calidad del flujo y posee tres características esenciales: el flujo propiamente dicho, la densidad y velocidad. (Cisneros, 2016).

Su indicador es el número de vehículos ingresantes, es vital verificar el número de autos que transitan por una vía; en ese sentido, para lograr medir el flujo, se puedan usar los siguientes métodos: el automático, el fotográfico y el manual. El primero de ellos refiere a la data que transmite un sensor de metal instalado en el pavimento y por donde circulan los autos, el cual registra el número de veces que un vehículo pasa por dicho dispositivo. El segundo, lo hace mediante tomas fotográficas y finalmente el método manual que consiste en llevar un control en un formato que es llenado por una persona. (Cisneros, 2016).

A continuación, se procede a definir la satisfacción del cliente que, según Mejía (2016) referencia varios conceptos y entre ellos indica que la satisfacción es el resultado del desarrollo de la evaluación entre lo esperado y lo que realmente recibe el consumidor. Desde otra perspectiva, la satisfacción viene a ser la realización de un deseo o necesidad y finalmente, menciona que es la reacción positiva ante una determinación respecto a la adquisición de un bien o servicio y relaciona a la expectativa y la capacidad del producto o servicio en superar dicha expectativa.

Igualmente, Álvarez (2017) señala en su investigación y cita el concepto de producir un servicio asociado a la satisfacción del cliente, como planear una solución a una problemática. Es disponer de un conjunto de habilidades y competencias, entre ellas humanas-tecnológicas en beneficio de un usuario y estructurar una solución. En ese sentido, se puede inferir que adicionalmente a la tecnología que se disponga, es importante contar con capacidades organizacionales que permitan brindar un óptimo servicio. Finalmente, como una de las características principales del servicio, se destaca la inseparabilidad, es decir, que la prestación y su uso regularmente son inseparables y esto debido a que en la comprobación de la calidad del servicio que se brinda, interactúan el usuario y la persona que ejecuta el servicio.

Por otro lado, Taherdoost (2020) referencia a un nuevo concepto satisfacción digital del cliente dimensionándola como clave y que desarrolla los resultados de una organización, además de mejorar la performance de los procesos dentro de las compañías. Asimismo, enfatiza indicando que este concepto promueve conseguir alcanzar las metas y objetivos que se traza la empresa, además de estar estrechamente relacionada con la rentabilidad. En ese sentido, es esencial entender

qué es lo que valoran los usuarios y mediante la aplicación de esta teoría, ayudar a las organizaciones en mejorar continuamente en virtud de sus necesidades y deseos dentro del marco de un servicio digital. (Rahayu & Faulina, 2022; Zouari & Abdelhedi, 2021).

Finalmente, Lizano & Villegas (2019) explican que la satisfacción del cliente es comprendida como una medición de la manera en la cual los productos y/o servicios ofrecidos por una empresa cumplen o exceden las expectativas del comprador o dicho de una forma más concreta, es aquella situación en la cual el cliente está conforme con lo ofrecido o es la respuesta que da una organización a la satedad del consumidor. Por otro lado, se tiene que los compradores adquieren bienes o servicios en función a las expectativas previas, convirtiéndose en una regla con la cual evalúan el producto o servicio adquirido. Por tanto, un usuario estará conforme o disconforme en base al resultado de la diferencia favorable o desfavorable entre la expectativa y la percepción. Respecto a esto último, proponen algunos indicadores o factores que, al ser evaluados y medidos refrendan la postura final del usuario: La calidad, el valor, la puntualidad, la eficiencia, la facilidad de acceso, el medio ambiente, el comportamiento del personal de primera línea, compromiso e innovación.

La satisfacción del cliente se compone por tres dimensiones: gestión de reclamos, calidad de servicio y el cliente interno. Con respecto a la gestión de reclamos, Cienfuegos y Torres (2021) lo definen como tener alternativas adecuadas que permitan atender y dar respuesta a los reclamos presentados por los usuarios involucrados y que guarda relación con el servicio brindado. Por otro lado, la gestión de quejas y reclamos debe de asegurar la calidad de la atención y garantice un proceso justo con el propósito de mantener cautivos a sus usuarios, además de llevarse a cabo en un tiempo razonable. Concluyen que, la gestión de reclamos tiene por objetivo lograr cubrir las expectativas del cliente, por lo que, la empresa tiene que saber identificar el o los requerimientos de los usuarios y logre mejorar sus procedimientos. Su indicador es el número de quejas o reclamos, en ese sentido el indicador sería el número de quejas y/o reclamos que un cliente consigne en el libro de reclamos y que guarden relación directa o indirecta con la no disponibilidad de estacionamientos.

La calidad de servicio al cliente es lo que nota el cliente acerca de la correspondencia entre el acto de aquella persona que brinda el servicio y la expectativa del cliente; también la calidad del servicio significa ejecutar todo proceso interno de forma correcta, produciendo un producto o servicio como lo solicita el consumidor, pareciéndose a la excelencia. (Restuputri et al., 2021; Sleimi & Musleh, 2020; Özkan et al., 2019). Si las empresas conocen bien lo que sus clientes necesitan, crearan valor y calidad en sus productos o servicios. (Coronado, 2022).

El indicador que referencia a la dimensión es el porcentaje de satisfacción del cliente, mediante el sondeo y cuestionario de dos preguntas a los usuarios, luego de haber recibido la atención. Con la interpretación de los resultados, se espera recibir retroalimentación de parte del cliente, dado que el cuestionario se realizará antes de que se retire del establecimiento y permitirá también reaccionar de forma rápida cuando se identifique alguna apreciación no positiva de él. (Coronado, 2022).

Con respecto al cliente interno, según Steffanell et al., (2017) el cliente interno es aquella persona parte de una organización, que viene de un proceso previo y que es realizado en la misma empresa y que puede verse como una conexión interna de proveedores y clientes. Por otro lado, se relaciona al marketing interno como un concepto más reciente y donde conecta estrechamente al cliente interno y mediante el cual tiene que seguir los siguientes actos para fidelizar al trabajador: atraer al talento, desarrollar al talento, motivar al talento y retener al talento. Su indicador es el porcentaje de satisfacción del cliente interno. (Efdison, 2021; Ozuem et al., 2018).

III. METODOLOGÍA

Según Hernández et al., (2018) la metodología consiste en una serie de procesos sistematizados que son utilizados para el estudio de un problema con el objetivo de lograr su conocimiento.

De otro lado, tenemos a Villanueva (2022) quien considera que la metodología es una herramienta que contribuye a que el investigador explique, aprecie y estudio de manera crítica la diversidad de procesos utilizados y que las estrategias aplicadas permitan explicar la información conseguida.

3.1. Tipo y diseño de investigación

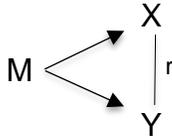
El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo ya que se centra una serie de procesos estadísticos para el contraste de las hipótesis planteadas. (Hernández et al., 2018). Asimismo, Ochoa et al., (2020) señalan respecto al enfoque cuantitativo aquel donde se acopia y observa información cuantitativa fundamentada en las encuestas, ya que soportan a crear hipótesis de evaluación, reforzando el boceto del temario para los sondeos, las mismas que amplifican la terminación de la evaluación cuantitativa.

Del mismo modo, es de tipo básica, ya que describe como la optimización de parking se relaciona con la satisfacción del cliente en los estacionamientos una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, de acuerdo con Álvarez (2020), una investigación es básica ya que se centra en analizar un fenómeno en un contexto específico bajo un marco teórico determinado, sin exponer las variables a estímulos ajenos a la observación, logrando un nuevo conocimiento de modo sistemático con la única finalidad de lograr mayor conocimiento de las variables estudiadas.

Con respecto al diseño de la investigación fue no experimental, ya que no se tocaron las variables y se procedió con el análisis de estas en su propio entorno. El trabajo realizado al no ser experimental no hizo variar intencionalmente las variables y esto con el propósito de determinar su efecto respecto a la otra variable. De acuerdo con Álvarez (2020), un no experimental se refiere a la no existencia de manosear las variables por parte del indagador. De otro lado, se considera un diseño transversal ya que la obtención de los datos se hizo en un solo momento del tiempo, del mismo modo

es descriptivo y correlacional ya que describe la naturaleza de cada una de las variables y determinó la existencia de su relación. (Hernández et al., 2018).

A continuación, se muestra el esquema.



Donde:

M: Muestra

X: Variable optimización

Y: Variable satisfacción al cliente

r: Relación entre variables

3.2. Variables y Operacionalización del estudio

En el presente estudio la variable señala con diferentes términos su conceptualización en el ámbito de la investigación y generalmente es acerca de una definición consensuada por un grupo científico, por lo tanto, la operacionalización es un compuesto de actividades que se llevan a cabo luego de ejecutar el estudio teórico y práctico de las variables con el propósito de constituir de qué manera se van a medir las variables, es decir, saber con claridad qué instrumento se usará para conseguir conclusiones claras y fidedignas de la variable. (Arias, 2021).

Variable independiente: Optimización de parking

Definición conceptual

La optimización de parking alude a lograr identificar los problemas referentes a la actividad de parking y tras ello planificar una serie de actividades que permitan implementar estrategias para optimizar el desempeño de esta actividad. (Pérez, 2019).

Definición operacional

La optimización de parking se encuentra constituida por tres dimensiones, las cuales son: capacidad ociosa, rotación de estacionamientos y flujo vehicular, dentro del

proceso de medición se tuvo en cuenta su medición a través de tres niveles: bajo, medio y alto.

.

Variable dependiente: Satisfacción del Cliente

Definición conceptual

La satisfacción al cliente alude a cuando una empresa logra cubrir las expectativas de los clientes, es decir que, cuando un cliente este situado en el estado de satisfacción, extiende su conducta de compra, lo que origina una circunstancia de fidelidad. (Silva et al., 2021).

Definición operacional

La satisfacción del cliente consta de tres dimensiones, las cuales son: gestión de reclamos, calidad de servicio al cliente y cliente interno, dentro del proceso de medición se tuvo en cuenta su medición a través de tres niveles: bajo, medio y alto.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

La población consiste en un grupo de todas las ocurrencias que guardan relación con una secuencia de especificaciones ubicadas de forma precisa por su particularidad en el contenido, lugar y temporalidad. (Hernández et al., 2018). Para esta investigación, se comprendió a una población con característica finita, la misma que estuvo conformada por los clientes quienes hacen uso de los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, Lima - 2022, estando compuesta su población por 103 usuarios que en promedio frecuentan diariamente el establecimiento.

3.3.2. Muestra

La muestra, la cual consiste en un subconjunto de la población y que la refleja fielmente (Hernández et al., 2018), estuvo constituida por un total de 81 personas, las cuales fueron clientes de la red de clínicas privadas en el distrito de Surco y que hacen uso de sus estacionamientos.

3.3.3. Muestreo

El muestreo es el proceso mediante el cual se selecciona a un grupo de personas de una población con el propósito de realizar un estudio y de esta forma caracterizar a la población. Para este estudio se hizo uso de un muestreo probabilístico la cual consiste escoger de manera aleatoria dentro de la población a personas y en la cual cada una de ellas tiene la misma posibilidad de ser elegidos y así formaran parte de la muestra. (Vázquez, 2017).

Es así como, se seleccionó a clientes de la red privada de clínicas en el distrito de Surco y que hacen uso regular de los estacionamientos y que tienen las siguientes características: mayores de edad; tengan una cita programada y posean auto. El tipo de muestreo fue aleatorio y la muestra fue de 81 personas calculada a través de la utilización de poblaciones finitas que se presenta a continuación:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población

Z = Valor de la distribución de la curva normal

p = proporción de la probabilidad de la variable

q = p – 1

e = Error en el cálculo de la muestra 5%

Aplicando la formula se tiene:

N = 103

Z = 95% --- 1,96

p = 50% --- 0,5

q = 50% --- 0,5

e = 5% - 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 103 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (103-1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{98.9212}{(0.255 + 0.9604)} = 81.3898 = \mathbf{81}$$

n= 81

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para Hernández & Duana (2020), las técnicas de investigación abarcan procedimientos y actividades que le faculta al investigador conseguir información primordial para dar respuesta a la interrogante de su indagación. Es así como, en investigación científica existen diversas técnicas e instrumentos para recopilar data, entre las que generalmente se usan son las entrevistas, encuestas, observación sistemática, experimentación, fichas de cotejo, etc., siendo importante que estos instrumentos sean confiables, objetivos y válidos.

La técnica utilizada en esta investigación fueron los cuestionarios, para ello se hizo uso de dos encuestas de tipo Likert una para cada variable de estudio, las cuales nos brindaron información relevante para el análisis correspondiente. De acuerdo con López-Roldán & Fachelli (2015), la encuesta se define como una forma de recolección de datos mediante el sondeo a los individuos elegidos, teniendo como finalidad conseguir de forma estructurada medidas acerca de los conceptos que se originan de un interés en investigar una problemática previamente elaborada.

Para la evaluación de la optimización del parking se hizo uso del inventario de estacionamientos desarrollado por Figueroa (2016), la cual tuvo como alternativas de respuesta el intervalo de: totalmente de acuerdo (1), de acuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (4), totalmente en desacuerdo (5), la escala en mención está constituida por un total de 15 ítems, divididos en 5 ítems por cada una de las 3 dimensiones que se considera.

Para la evaluación de la satisfacción del cliente se construyó una escala teniendo en cuenta como alternativas de respuesta el intervalo de: totalmente de acuerdo (1), de acuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (4),

totalmente en desacuerdo (5), la escala en mención está constituida por un total de 15 ítems, divididos en 5 ítems por cada una de las 3 dimensiones que se considera.

En lo que respecta a la validez de ambas escalas, se consideró el análisis de la validez de contenido a través del juicio de expertos, para ello se buscó a expertos profesionales de amplia trayectoria, todos con registro correspondiente en la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, en unanimidad determinaron mediante el certificado de validez de los instrumentos, que la escala de optimización de parking (ver tabla 1) y la escala de satisfacción del cliente (ver tabla 2) cuentan con la suficiencia necesaria, presentando un adecuado nivel de validez de contenido.

Tabla 1

Resultados de validez del instrumento de Optimización

Experto	Grado Académico	Suficiencia del instrumento	Aplicabilidad
Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable
Dra. Blanca Luz Cruz Llerena	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable
Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable

Nota: Datos tomados de las encuestas. Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Resultados de validez del instrumento de Satisfacción del cliente

Experto	Grado Académico	Suficiencia del instrumento	Aplicabilidad
Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable
Dra. Blanca Luz Cruz Llerena	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable
Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez	Doctor	Hay suficiencia en la prueba	Aplicable

Nota: Datos tomados de las encuestas. Fuente: Elaboración propia

Finalmente, para determinar la confiabilidad de ambas escalas utilizadas, se usó el análisis de consistencia interna a través del índice del alfa de Cronbach; al respecto, Hernández et al., (2018) mencionan que la confiabilidad se determina y evalúa para toda herramienta de medición que haya sido usada y sí, se usa varias, tendrá que establecerse para cada uno de los instrumentos usados. Refiere que hay varias técnicas para calcular la fiabilidad de un instrumento que este compuesto por una o más escalas que miden las variables del objeto de la investigación.

Para el cálculo de la fiabilidad de las escalas utilizadas se obtuvo valores del alfa de Cronbach iguales a 0.78 y 0.76 para la escala de optimización de parking y satisfacción al cliente (ver tabla 3) respectivamente; con base a estos resultados, los instrumentos utilizados cuentan con niveles adecuados de confiabilidad.

Tabla 3

Estadística de fiabilidad de los instrumentos

	Cronbach	Número de ítems
Escala de optimización	0.78	15
Escala de satisfacción al cliente	0.76	15

Nota: Datos recogidos de las encuestas

3.5. Procedimiento

Se sustentó en primera instancia con el reconocimiento de la realidad problemática; el planteamiento del problema, definición de los propósitos y fijar la hipótesis de investigación. Luego, para la obtención de los objetivos planteados, se tuvo la formulación de un proceso que guardó relación con las estimaciones entre la primera variable y su correlación con la segunda. Posteriormente, se realizó la compilación de los datos poniendo en práctica el instrumento en la muestra elegida, previo a ello se explicó a cada participante que la información era anónima y que la única finalidad era la del desarrollo de una investigación. Posteriormente se estructuró la base de datos, una vez depurada la información se procedió al análisis de la información y concluir con el presente informe.

3.6. Método de análisis de datos

El procedimiento ejecutado durante el procesamiento y examen de la data fue a través del paquete estadístico SPSS en su versión 24, cabe mencionar que de acuerdo a Rivadeneira et al. (2020) el análisis de datos y el programa SPSS en específico, es un programa que cuenta con alternativas para acceder a procesamiento de datos en función a los requerimientos de los examinadores, pudiendo realizar cálculos estadísticos y haciendo uso de las alternativas que brinda el sistema para manipular la data y analizarlos de acorde a sus objetivos.

Para el desarrollo del presente estudio, primero se realizó el análisis descriptivo en donde se presentó cada una de las frecuencias de los niveles de las puntuaciones globales de las variables y sus dimensiones, posteriormente se presenta la frecuencia de las dimensiones cruzadas a través de tablas contingencia de acuerdo con los objetivos planteados. Posteriormente se realizó el análisis inferencial en donde se calculó la distribución de la muestra a través del índice de Kolmogorov Smirnov, siendo el resultado que la distribución de la muestra no se aproxima a la normalidad por lo que se hizo uso de estadísticos no paramétricos en los siguientes análisis. Para el contraste de hipótesis general y específicos se hizo uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, mediante el cual se identificó la relación existente entre las variables estudiadas.

3.7. Aspectos éticos

Se tuvo en cuenta los aspectos éticos considerados en la CONCYTEC en el año 2019 y lo expuesto en base a la normativa de la Universidad César Vallejo con respecto a la producción científica, la cual alude a que el plagio de cualquier índole no está permitido dado que se tienen que respetar los métodos y estilos que han sido desarrollado por otros investigadores, citándolos cuando se trata de algún concepto u otro recurso necesario que es útil en el desarrollo del proyecto de investigación y así no perder la autenticidad, además de los principios y valores que resguardan la calidad del producto académico. (Carlessi, et al., 2019).

IV. RESULTADOS

En esta sección de la investigación, se presentan los resultados que se consiguieron en el desarrollo del presente estudio, y para esto se consideraron, las dimensiones y las hipótesis propuestas para la tesis. Las interrogantes propuestas para este trabajo de indagación han sido confeccionadas en función a las dimensiones e indicadores de cada una de las variables consignadas en el presente estudio, las que admitieron la demostración de la relación existente entre la optimización y la satisfacción del cliente en una red privada de clínicas en el distrito de Surco, 2022.

Sin embargo, y durante la ejecución de las encuestas se pudo apreciar que las preguntas que se orientaron para las explicaciones de las dimensiones de la variable independiente (optimización), fueron técnicas habiendo un número reducido de encuestados a quienes se le tuvo que explicar detenidamente el concepto de cada dimensión y el objetivo de la pregunta. De esta manera, podemos decir que este trabajo puede ser de utilidad para las futuras investigaciones y que nos puedan servir para utilizar conceptos más próximos al entendimiento del encuestado, y así, poder responder el cuestionario de una forma más clara y directa.

Resultados de las variables

Tabla 4

Resultados de las puntuaciones directas

Puntajes centiles	Niveles
0-33	Bajo
34-66	Medio
67-100	Alto

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 4 se aprecia los resultados de los niveles de acuerdo a los puntajes de cada uno de los percentiles de las escalas utilizadas, de acuerdo a cada una de las escalas se asignó puntuaciones a cada una de las respuestas, de acuerdo a totalmente de acuerdo el valor de 1, de acuerdo el valor de 2, ni de acuerdo ni en desacuerdo el valor de 3, en desacuerdo el valor de 4, totalmente en desacuerdo se asignó un valor de 5, dichas puntuaciones se sumaron por cada dimensión de acorde

al sentido de cada una de las preguntas, donde se determinó el puntaje directo de cada dimensión y del puntaje global de cada variable. Posteriormente, dicha puntuación directa fue representada en porcentaje y en base a dichos valores centiles se hizo el punto de corte, el cual se definió en el centil 33 y 66, del cual consigue la distribución de tres niveles: del percentil 1 al 33 corresponde el nivel bajo, del percentil 44 al 66 corresponde al nivel medio y del percentil 67 al 100 corresponde el nivel alto, lo cual aplica para las variables y todas sus dimensiones.

Análisis descriptivo de la variable optimización de parking

Tabla 5

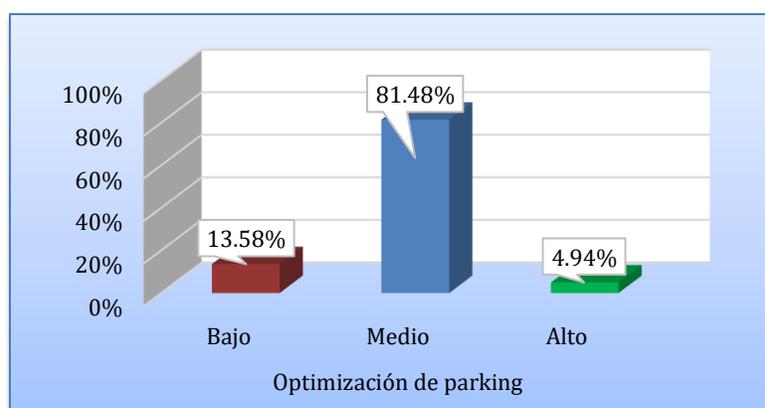
Niveles de la optimización de parking

	Niveles	f	%
Optimización	Bajo	11	13.58%
	Medio	66	81.48%
	Alto	4	4.94%
Total		81	100.00%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Figura 1

Niveles de la optimización de parking



Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 5 y figura 1 se aprecian los resultados de los niveles de la optimización de parking donde el 81.48% del total de los evaluados presentan un nivel medio, seguido de un 13.58% que tienen un nivel bajo y un 4.94% que tienen un nivel alto. En ese sentido, se interpreta que un 86% de los encuestados manifestó a través de sus respuestas que la variable optimización explica su relevancia para el objeto del estudio.

Análisis descriptivo de la variable satisfacción del cliente

Tabla 6

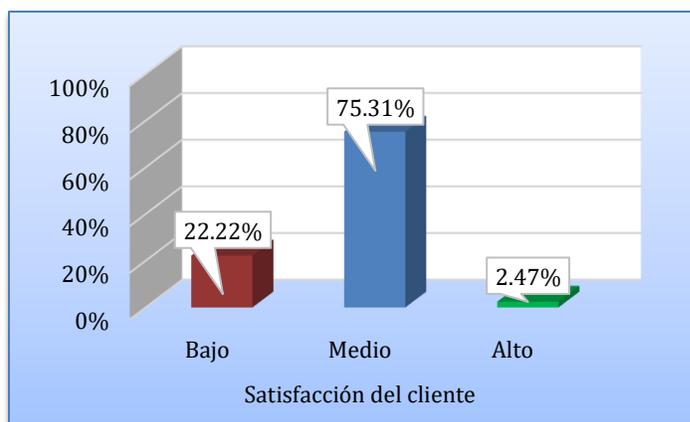
Niveles de la satisfacción del cliente

	Niveles	f	%
Satisfacción del cliente	Bajo	18	22.22%
	Medio	61	75.31%
	Alto	2	2.47%
Total		81	100.00%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Figura 2

Niveles de la satisfacción del cliente



Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 6 y figura 2 se presenta los niveles de la satisfacción del cliente donde el 75.31% del total de los evaluados tienen un nivel medio de satisfacción, seguido por un 22.22% que tiene un nivel bajo y un 2.47% que tiene un nivel alto. Es así como, el 78% de los encuestados refiere que las dimensiones propuestas para la variable satisfacción al cliente, justifican su importancia para el propósito de la investigación.

Tabla 7

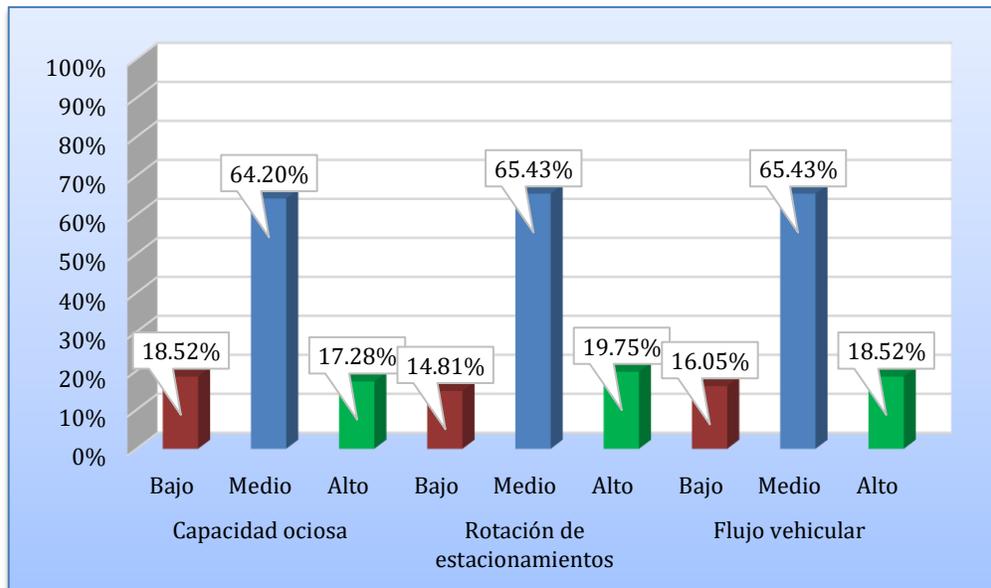
Niveles de las dimensiones de la optimización de parking

	Niveles	f	%
Capacidad ociosa	Bajo	15	18.52%
	Medio	52	64.20%
	Alto	14	17.28%
Rotación de estacionamientos	Bajo	12	14.81%
	Medio	53	65.43%
	Alto	16	19.75%
Flujo vehicular	Bajo	13	16.05%
	Medio	53	65.43%
	Alto	15	18.52%
Total		81	100.00%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Figura 3

Niveles de las dimensiones de la optimización de parking

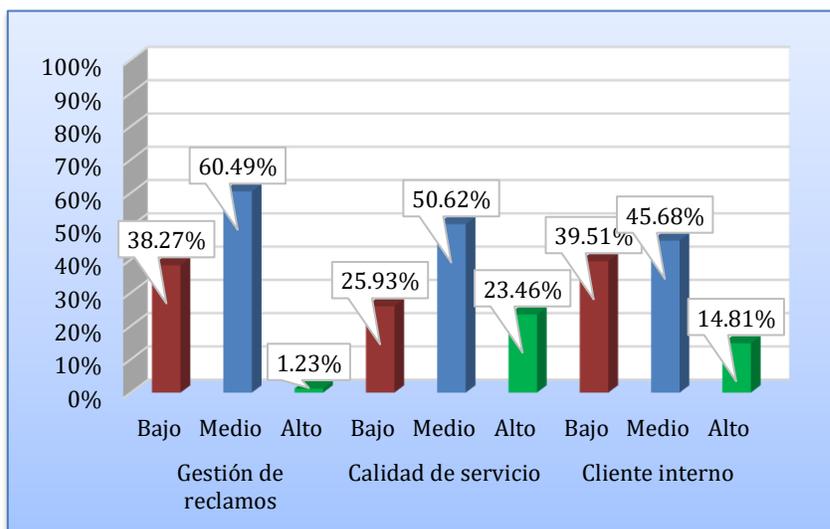


Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 7 y figura 3 se presentan los niveles de las dimensiones de la optimización de parking, en el caso de la capacidad ociosa se tiene que el 64.20% de los evaluados tiene niveles medios, mientras que el 18.52% tiene niveles bajos y un 17.28% tienen niveles altos, en el caso de la rotación de estacionamientos el 65.43% tienen niveles medios, el 19.75% tienen niveles altos y un 14.81% tienen niveles bajos, en lo concerniente al flujo vehicular se tiene que el 65.43% tiene un nivel medio, el 18.52% tienen un nivel alto y un 16.05% tienen un nivel bajo. En ese sentido, se constata que las dimensiones de la variable optimización, al estar en un promedio de 83% entre los niveles medio y alto, avalan y explican la relación directa que existe entre cada una de ellas con la variable. Traduciendo el resultado, podemos mencionar que, al tener un mayor número de espacios no usados, un alto índice de rotación de estacionamientos y mayor flujo vehicular tendrá una incidencia directa con el nivel de optimización de los estacionamientos.

Tabla 8*Niveles de las dimensiones de la satisfacción del cliente*

	Niveles	f	%
Gestión de reclamos	Bajo	31	38.27%
	Medio	49	60.49%
	Alto	1	1.23%
Calidad de servicio	Bajo	21	25.93%
	Medio	41	50.62%
	Alto	19	23.46%
Cliente interno	Bajo	32	39.51%
	Medio	37	45.68%
	Alto	12	14.81%
Total		81	100.00%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia**Figura 4***Niveles de las dimensiones de la satisfacción del cliente**Nota:* Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 8 y figura 4 se presenta los niveles de las dimensiones de la satisfacción del cliente, en el caso de la gestión de reclamos el 60.49% tienen un

nivel medio, el 38.27% tienen un nivel bajo y un 1.23% tienen un nivel alto, en la calidad de servicio el 50.62% tienen un nivel medio, el 25.93% tienen un nivel bajo y un 23.46% tienen un nivel alto, en lo que respecta a la dimensión de cliente interno se tiene que el 45.68% tiene un nivel medio, el 39.51% tiene un nivel bajo y un 14.81% tiene un nivel alto. A pesar de que los niveles medio y alto de las dimensiones muestra valores porcentuales dispersos, en promedio el 68% de ellas indica que sustentan el vínculo directo con la variable. Vale decir, que una mejor gestión de reclamos, una adecuada atención al cliente y una buena gestión del cliente interno repercutirá de forma directa en la satisfacción del cliente.

Tabla 9

Niveles de la optimización de parking con la satisfacción del cliente

		Optimización			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Satisfacción del cliente	Bajo	f	10	8	0	18
		%	90.91%	12.12%	0.00%	22.22%
	Medio	f	1	57	3	61
		%	9.09%	86.36%	75.00%	75.31%
	Alto	f	0	1	1	2
		%	0.00%	1.52%	25.00%	2.47%
Total	f	11	66	4	81	
	%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 9 se presentan los niveles de la optimización de parking con la satisfacción del cliente, dentro de los sujetos que tienen una optimización de parking bajo el 90.91% tienen nivel bajo de satisfacción al cliente y 9.09% tienen un nivel medio, dentro de los sujetos que tienen un nivel medio de optimización de parking se tienen que el 86.36% tienen un nivel medio de satisfacción del cliente mientras que el 12.12% tienen un nivel bajo y el 1.52% tienen un nivel alto, dentro de los sujetos que

tienen un nivel alto de optimización de parking se tienen que el 75% de los evaluados tienen una satisfacción del cliente medio mientras que el 25% tienen un nivel alto. Se puede apreciar que al cruzar los resultados de las variables optimización y satisfacción al cliente, el valor porcentual de 77% nos manifiesta que existe una relación positiva y directa entre la variable independiente optimización y la variable dependiente satisfacción al cliente.

Tabla 10

Niveles de la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente

		Capacidad ociosa			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Satisfacción del cliente	Bajo	f	11	6	1	18
		%	73.33%	11.54%	7.14%	22.22%
	Medio	f	4	46	11	61
		%	26.67%	88.46%	78.57%	75.31%
	Alto	f	0	0	2	2
		%	0.00%	0.00%	14.29%	2.47%
Total	f	15	52	14	81	
	%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 10 se presentan los niveles de la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente, dentro de los sujetos que tienen una capacidad ociosa baja el 73.33% tienen nivel bajo de satisfacción al cliente y 26.67% tienen un nivel medio, dentro de los sujetos que tienen un nivel medio de capacidad ociosa se tiene que el 88.46% tiene un nivel medio de satisfacción del cliente mientras que el 11.54% tienen un nivel bajo, dentro de los sujetos que tienen un nivel alto de capacidad ociosa se tiene que el 78.57% de los evaluados tienen una satisfacción del cliente en el nivel medio, el 14.29% tienen un nivel alto y un 7.14% tienen un nivel bajo. Se colige relacionar la dimensión capacidad ociosa con la satisfacción al cliente, el 77%

manifestó que existe una relación directa entre ellas ya que, al haber un mayor número de parqueos disponibles generará mayor grado de satisfacción al cliente debido a que habrá mayor disponibilidad de estacionamientos.

Tabla 11

Niveles de la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente

		Rotación de estacionamientos			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Satisfacción del cliente	Bajo	f	7	10	1	18
		%	58.33%	18.87%	6.25%	22.22%
	Medio	f	5	43	13	61
		%	41.67%	81.13%	81.25%	75.31%
	Alto	f	0	0	2	2
		%	0.00%	0.00%	12.50%	2.47%
Total	f	12	53	16	81	
	%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 11 se presentan los niveles de la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente, dentro de los sujetos que tienen una rotación de estacionamientos bajo el 58.33% tienen nivel bajo de satisfacción al cliente y 41.67% tienen un nivel medio, dentro de los sujetos que tienen un nivel medio de rotación de estacionamientos se tienen que el 81.13% tienen un nivel medio de satisfacción del cliente mientras que el 18.87% tienen un nivel bajo, dentro de los sujetos que tienen un nivel alto de rotación de estacionamientos se tienen que el 81.25% de los evaluados tienen una satisfacción del cliente medio, el 12.50% tienen niveles altos y un 6.25% tienen niveles bajos. Se concluye que relacionar la dimensión rotación de estacionamientos con la satisfacción al cliente, el 77% declaró que existe una relación directa entre ellas, traduciéndose en lo siguiente: a mayor índice de

rotación de estacionamientos, se traduce en mejorar la satisfacción al cliente debido a que habrá un mayor uso de los estacionamientos.

Tabla 12

Niveles del flujo vehicular con la satisfacción del cliente

		Flujo vehicular			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Satisfacción del cliente	Bajo	f	10	8	0	18
		%	76.92%	15.09%	0.00%	22.22%
	Medio	f	3	44	14	61
		%	23.08%	83.02%	93.33%	75.31%
	Alto	f	0	1	1	2
		%	0.00%	1.89%	6.67%	2.47%
Total	f	13	53	15	81	
	%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 12 se presentan los niveles del flujo vehicular con la satisfacción del cliente, dentro de los sujetos que tienen una flujo vehicular bajo el 76.92% tienen nivel bajo de satisfacción al cliente y 23.08% tienen un nivel medio, dentro de los sujetos que tienen un nivel medio de flujo vehicular se tienen que el 83.02% tienen un nivel medio de satisfacción del cliente mientras que el 15.09% tienen un nivel bajo y el 1.89% tienen un nivel alto, dentro de los sujetos que tienen un nivel alto de flujo vehicular se tienen que el 93.33% de los evaluados tienen una satisfacción del cliente medio mientras que el 6.67% tienen un nivel alto. Se deduce que relacionar la dimensión flujo vehicular con la satisfacción al cliente, el 77% considera que existe una correspondencia directa entre ellas. Esto indica que, a un mayor flujo de autos, se interpreta en una mejora en la satisfacción al cliente.

Análisis inferencial

Antes de proceder a demostrar las hipótesis se procedió a determinar la prueba de normalidad de las variables optimización de parking y satisfacción del cliente.

Prueba de normalidad

Si $p < 0.05$, rechazar H_0

Si $p > 0.05$, aceptar H_0

Tabla 13

Prueba de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p
Optimización	0.09	81	0.07
Capacidad ociosa	0.13	81	0.00
Rotación de estacionamientos	0.11	81	0.02
Flujo vehicular	0.13	81	0.00
Satisfacción del cliente	0.08	81	0.20
Gestión de reclamos	0.09	81	0.16
Calidad de servicio	0.12	81	0.01
Cliente interno	0.17	81	0.00

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 13 se presenta la prueba de normalidad de los datos obtenidos de ambas variables, en donde a un nivel de confianza del 95% se aprecian valores significativos en todos los valores a excepción del puntaje global de la optimización de parking, el puntaje global de la satisfacción del cliente y en la gestión de reclamos, por lo que se concluye que los datos no se aproximan a una distribución normal por lo que el contraste de las hipótesis se realizó mediante estadísticos no paramétricos (Rho de Spearman).

Contraste de hipótesis

Contraste de hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

HG: Existe relación significativa entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

Tabla 14

Valor del estadístico de contraste de la hipótesis general

		Satisfacción del cliente
Optimización de parking	Spearman	0.64
	p	0.00

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En cuanto a la tabla 14, se observa la correlación a través del índice de correlación de Rho de Spearman entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente, en donde a un nivel de confianza del 95% se aprecian valores significativos ($r=0.64$; $p=0.00$, $p<0.01$) por lo que se confirma la existencia de relación significativa y positiva. De acuerdo con estos resultados se aprueba la hipótesis planteada. La interpretación al resultado es que existe una relación directa entre las variables optimización de parking y la satisfacción al cliente, es decir, si se logra optimizar los estacionamientos, se logrará mejorar la percepción del usuario respecto al servicio que se brinda.

Contraste de hipótesis específica 1

Ho1: No existe relación significativa entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

HE1: Existe relación significativa entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

Tabla 15

Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 1

		Satisfacción del cliente
Capacidad ociosa	Spearman	0.55
	p	0.00

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 15 se presenta la correlación a través del índice de correlación de Rho de Spearman entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente, en donde a un nivel de confianza del 99% se aprecian valores significativos ($r=0.55$; $p=0.00$, $p<0.01$) por lo que se confirma la existencia de relación significativa y positiva. De acuerdo a estos resultados se aprueba la hipótesis planteada. En ese sentido, diremos que existe un vínculo directo entre la dimensión capacidad ociosa y la satisfacción al cliente, es decir, si la cantidad de espacios no usados es mayor, se acrecentará la satisfacción del cliente.

Contraste de hipótesis específica 2

Ho2: No existe relación significativa entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

HE2: Existe relación significativa entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

Tabla 16

Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 2

		Satisfacción del cliente
Rotación de estacionamientos	Spearman	0.44
	p	0.00

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 16 se presenta la correlación a través del índice de correlación de Rho de Spearman entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente, en donde a un nivel de confianza del 99% se aprecian valores significativos ($r=0.44$; $p=0.00$, $p<0.01$) por lo que se confirma la existencia de relación significativa y positiva. De acuerdo con estos resultados se aprueba la hipótesis planteada. Entonces, se expone que existe un vínculo directo entre la dimensión rotación de estacionamientos y la satisfacción al cliente. Quiere decir, si el ratio de rotación de estacionamientos es mayor, se consigue incrementar la satisfacción del cliente.

Contraste de hipótesis específica 3

Ho3: No existe relación significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

HE3: Existe relación significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.

Tabla 17

Valor del estadístico de contraste de la hipótesis específica 3

		Satisfacción del cliente
Flujo vehicular	Spearman	0.56
	p	0.00

Nota: Datos obtenidos de la encuesta. *Fuente:* elaboración propia

Interpretación: En la tabla 17 se presenta la correlación a través del índice de correlación de Rho de Spearman entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente, en donde a un nivel de confianza del 99% se aprecian valores significativos ($r=0.56$; $p=0.00$, $p<0.01$) por lo que se confirma la existencia de relación significativa y positiva. De acuerdo a estos resultados se aprueba la hipótesis planteada. Finalmente, mostramos que existe un vínculo directo entre la dimensión flujo vehicular y la satisfacción al cliente. Un incremento en flujo de autos advierte mayor disponibilidad de estacionamientos y consecuente incremento en la satisfacción del cliente.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar la relación entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en estacionamientos de una Red Privada de Clínicas en el distrito de Surco, llegando a evaluar a un total de 81 sujetos mediante el uso de dos escalas de medición, ambas con propiedades adecuadas de confiabilidad y validez, siendo estos aspectos relevantes para el desarrollo de toda organización, tal y como menciona Pérez (2019), quien considera la importancia de los procesos de optimización para generar mejoras en el desarrollo de los procesos en una organización, lo cual genera una serie de beneficios no solo a nivel del rendimiento de los trabajadores sino de la percepción externa a través de la satisfacción de los usuarios, por ello, es relevante el determinar la relación que se genera entre la optimización, en este caso de los procesos de parking, con la satisfacción del cliente.

Los resultados descriptivos de la optimización del parking refleja que se han logrado niveles preferentemente medios (81.48%), seguido de niveles altos (13.58%) y luego niveles bajos (4.94%), esto permite comprender que dentro de la organización donde se llevó a cabo el estudio, existe una tendencia de media a alta con respecto a la optimización de los procesos, esto puede ser importante en la medida que es poco el nivel de sujetos que se encuentran en un nivel bajo, por lo que es necesario poder generar estrategias que permite un incremento de estos niveles y en la medida de lo posible, no tener sujetos en niveles bajos. De acuerdo a la satisfacción del cliente, se encuentra la misma tendencia de la primera variable, donde los valores en su mayoría se encuentran en un nivel medio (75.31%), seguido de un nivel alto (22.22%) y un nivel bajo (2.47%), en el caso de la satisfacción es preferible contar con niveles altos de satisfacción ya que esto generaría un mejor impacto por parte de la visión del cliente sobre la organización (Cienfuegos y Torres, 2021), por ello es recomendable trabajar con estos niveles ya que la mayor parte de los sujetos se encuentran en un nivel medio, al mejorar estos niveles de satisfacción, la organización generará una mejor visión externa, obteniendo mayor probabilidad de crecimiento del número de clientes.

En lo que respecta al contraste de la hipótesis general, se logró determinar que, si existe relación positiva y significativa entre la optimización de parking y la

satisfacción del cliente, para lo cual se encontró un valor de Rho de Spearman igual a 0.64 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) a un nivel de confianza del 99%, esto nos indica que en tanto mayores serán los niveles de la optimización del parking, mayores serían los niveles de la satisfacción del cliente. Del mismo modo, en tanto menores sean los niveles de la optimización del parking, menores serán los niveles de la satisfacción del cliente, por lo que es de suma importancia para la organización poder generar estrategias que logren la optimización del parking, ya que esto reflejaría en los niveles de satisfacción del cliente, siendo importante en la medida que un cliente con mayor satisfacción tiene mayor probabilidad de volver por el servicio o generar una red de contactos por medio de recomendaciones que generaría un mayor número de clientes y esto un crecimiento económico para la empresa. (García & Torrejón, 2017).

Estos resultados se asemejan a los hallazgos encontrados por Álvarez et al., (2022), quienes encontraron mediante el uso de una plataforma web optimizar los procesos referidos a la información de ubicación de estacionamientos libres, lo cual identificó que la optimización de dicho servicio fue relevante para los usuarios, quienes al incrementar su uso mostraban mayores niveles de satisfacción por dicha optimización, siendo importante generar este tipo de estrategias que permita soluciones prácticas a problemáticas que pueden afectar la satisfacción de los clientes.

De la misma manera, se encuentra similitud con los resultados expuestos por García & Torrejón (2017), quienes en el desarrollo de su investigación lograron exponer una serie de acciones que lograron mejorar los procesos operacionales, lo cual a su vez generó mejoras en la satisfacción de los clientes, en el momento de generar mejoras en el desarrollo de sus procesos no solo logran un impacto favorable hacia procesos internos como el desempeño laboral, una mayor satisfacción laboral, un mejor clima laboral e incluso en la calidad de los servicios que dan, lo cual genera en los clientes mayores niveles de satisfacción. Por ello, la relación existente entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente permite a la organización asignar mayor relevancia a este proceso para generar políticas que permita promover su mejoría que conllevaría a mejores niveles de satisfacción y esto, mejoras en la rentabilidad de la organización.

Asimismo, se encuentra semejanza con los resultados expuestos por Buñay (2018), quien en el desarrollo de su investigación logra optimizar mediante procesos relacionados a la administración de parqueadores por medio de sistemas, de esta manera logra resultados relevantes en la medida que, al generar un servicio óptimo, genera mayor grado de aceptación de los usuarios, lo cual se vincula con mayores niveles de satisfacción del cliente.

En lo referente al contraste de la primera hipótesis específica, se logró determinar que, si existe relación significativa entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente, consiguiendo un valor de Rho de Spearman igual a 0.55 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) a un nivel de confianza del 99%. Esto indica que a mayores niveles de la capacidad ociosa, mayores serán los niveles de la satisfacción del cliente, del mismo modo en tanto menores sean los niveles de la capacidad ociosa, menores serán los niveles de la satisfacción del cliente, esto nos indica que si dentro de una organización se logra mejorar la capacidad instalada que no está siendo utilizada u ocupada pero se encuentra disponible para el uso del cliente y es gestionada de manera adecuada por la organización mediante un adecuado planeamiento (Figueroa, 2016), tendrá como resultado mejores niveles de satisfacción de los clientes. Esto permite determinar la importancia que radica en gestionar de manera adecuada la capacidad ociosa referente a la optimización de parking para generar mejores resultados en el desarrollo de sus procesos referentes al tema.

Estos resultados se asemejan a los hallazgos expuestos por Chaca (2019), quien en su investigación logró generar estrategias que optimizaron los procesos de control de acceso vehicular y estacionamientos, lo cual generó un gran beneficio para los usuarios quienes gracias a esto tuvieron menor inconveniente en el momento de buscar espacios y a la vez tras encontrar mayor comodidad en el orden que genera el acceso vehicular adecuado, evita algún tipo de malestar, siendo estos aspectos relevantes para el grado de satisfacción de los usuarios.

Por otro lado, en la investigación realizada por Alkheder et al., (2016), lograron optimizar los procesos de gestión de los estacionamientos en una ciudad, lo cual resuelve esta problemática presente en las ciudades grandes, generando un sentido de alivio a las personas quienes se enfrentan a esta problemática, siendo este aspecto

relacionable con la satisfacción de las personas, ya que al resolver un problema cotidiano generan un sentido de bienestar, por ello es importante poder promover este tipo de procesos que logren optimizar el funcionamiento de los parking, más aún si es dentro de una institución, ya que brinda un servicio que contribuye a generar bienestar en sus clientes.

En lo referente al contraste de la segunda hipótesis específica, se logra determinar que, si existe relación significativa entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente, consiguiendo un valor de Rho de Spearman igual a 0.44 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) a un nivel de confianza del 99%. Esto indica que, a mayores niveles de la rotación de estacionamientos, mayores serán los niveles de la satisfacción del cliente, del mismo modo en tanto menores sean los niveles de la rotación de estacionamientos, menores serán los niveles de la satisfacción del cliente, también nos señala, que si dentro de la organización se mejora la cantidad de oportunidades que se usa un espacio en un lapso de tiempo determinado (Correal & Murcia, 2021), se podrá generar mejoras en los niveles de satisfacción de los clientes, por lo que es importante que se pueda gestionar de manera correcta la administración de los espacios en un lapso de tiempo adecuado, siendo relevante que para lograr que el cliente tenga en cuenta la consideración del tiempo, mantener una comunicación constante con normas claras que eviten cualquier tipo de conflicto, promoviendo un ambiente de bienestar que incentive el crecimiento de la satisfacción del cliente.

Asimismo, se encontraron resultados similares a los expuestos, tal es el caso de Cabrera & Ruiz (2020), quienes en el desarrollo de su investigación lograron incrementar el control vehicular en estacionamientos mediante el uso de un sistema virtual, es así que tras lograr optimizar este proceso, generan soluciones prácticas ante la posible presencia de problemas referidos al tema y esto tiene relevancia en el sentido que generan en el usuario un sentido de solución ante un problema, generando en ellos un incremento en sus niveles de satisfacción.

Del mismo modo, los resultados expuestos se asemejan a los hallazgos de Chavaná (2019), quienes lograron solucionar la problemática de encontrar estacionamientos en una ciudad mediante el uso de aplicativos, es así que se aprecia que la optimización de un proceso genera la solución de un problema existente en el

entorno referente a los temas de parking y esto genera un sentido de bienestar o alivio de las personas ante la solución de una tarea que puede generar dificultades en las personas, esto se relaciona con la satisfacción de las personas y es necesario promover este tipo de estrategias que generan mejoras en los procesos de parking dentro de la sociedad.

En un estudio realizado por Roche & Posada (2018), también encuentran resultados similares a los que se exponen en esta investigación, tal es el caso que lograron determinar que el uso de herramientas virtuales para solucionar los problemas de parking de automóviles, son efectivas y por ende generan en los usuarios alternativas de solución ante una problemática común presente en las ciudades.

En lo referente al contraste de la tercera hipótesis específica, se logra determinar que, si existe relación significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente, consiguiendo un valor de Rho de Spearman igual a 0.56 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) a un nivel de confianza del 99%. Esto indica que a mayores niveles del flujo vehicular, mayores serán los niveles de la satisfacción del cliente, del mismo modo en tanto menores sean los niveles del flujo vehicular, menores serán los niveles de la satisfacción del cliente, esto nos indica que si dentro de la organización se mejora la forma como los vehículos transitan en los espacios establecidos (Cisneros, 2016), se podrá generar mayores niveles de satisfacción del cliente, por ello es importante poder tener un conjunto de estrategias que permita tener un flujo vehicular adecuado, con señalizaciones ordenadas que den un sentido de orden claro para los usuarios y estos se sientan cómodos frente a ello, lo cual propiciará un ambiente en donde es más probable que generen niveles altos de satisfacción.

De esta manera podemos decir, que estos resultados son similares a los hallazgos encontrados por Pérez (2017), quien en el desarrollo de su investigación logró identificar que el uso de un sistema de parqueo es eficaz para solucionar el problema de parqueo, siendo esto relevante en la medida que la implementación de un proceso, lo cual es optimizar la forma en que este funciona, logra solucionar una problemática existente, lo cual es altamente probable que genere niveles altos de satisfacción en la medida que consiga los objetivos que tiene.

Por otro lado, se puede señalar que se encuentra semejanza con lo expuesto por Buñay (2016), quien logro mejorar los procesos de parqueo mediante el uso de dispositivos inalámbricos los cuales permiten la optimización del tiempo, combustible y del flujo vehicular en una empresa, al generar la optimización en los aspectos señalados, brinda una solución práctica a la posible aparición de problemas referentes a dichas actividades. De lo dicho, podemos decir que esto genera una mayor probabilidad de que el cliente cuente con niveles elevados de satisfacción, lo cual revalida lo expuesto, en donde es relevante poder generar estrategias que logren optimizar las actividades referentes al parking dentro de una organización para incrementar los niveles de satisfacción de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

- Primera:** Referente al objetivo general presentado, mediante al análisis de los datos se encontró un Rho de Spearman positivo igual a 0.64 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) determinando que, si existe relación representativa entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de la red de clínicas privadas, lo cual indica que, a mayor nivel de la optimización de parking, mayores serán los niveles de la satisfacción del cliente.
- Segunda:** Con relación a la hipótesis específica 1, mediante el análisis de los datos se encontró un Rho de Spearman positivo igual a 0.55 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) determinando que, si existe vínculo significativo entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente en los estacionamientos, esto indica que, a mayores niveles de la capacidad ociosa, mayor será el grado de satisfacción del cliente.
- Tercera:** En referencia a la hipótesis específica 2, mediante el análisis de los datos se encontró un Rho de Spearman positivo igual a 0.44 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) determinando que, si existe relación relevante entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente en los estacionamientos, esto indica que, a mayores niveles de la rotación de estacionamientos, mayores serán los valores de satisfacción al cliente.
- Cuarta:** En cuanto a la hipótesis específica 3, mediante el análisis de los datos se encontró un Rho de Spearman positivo igual a 0.56 con niveles significativos ($p=0.00$; $p<0.01$) determinando que, si existe concomitancia significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente en los estacionamientos, esto indica que, a mayores niveles del flujo vehicular, mayores serán los índices de satisfacción del cliente.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera:** Se recomienda al gerente administrativo y general de la red privada de clínicas donde se llevó a cabo el estudio, continuar con el desarrollo de estrategias, por ejemplo: implementación de un aplicativo móvil y que se logre optimizar el proceso de parking y permita generar mejores resultados en la satisfacción de sus clientes.
- Segunda:** Se recomienda al gerente administrativo de la red privada de clínicas que, dentro del ámbito de las playas de estacionamientos, se promuevan planes para mejorar y aprovechar la capacidad ociosa, tales como: programar citas médicas en horarios de poca afluencia vehicular y así poder lograr importantes niveles de satisfacción del cliente.
- Tercera:** Se recomienda al gerente administrativo y general de la red privada de clínicas que, en los estacionamientos se promuevan procedimientos que estén orientados a mejorar e incrementar la rotación de estacionamientos, agilizando para elevar el grado de satisfacción del cliente.
- Cuarta:** Se recomienda al gerente administrativo y general de la red privada de clínicas se impulse a la creación de sistemas enfocados a mejorar el flujo vehicular para conseguir mediante su aplicación, mayores índices de satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Al Shahrani, A. M., Rizwan, A., Sánchez, M., Rosas, C., Salazar, E., & Awad, N. (2022). An Internet of Things (IoT)-Based Optimization to Enhance Security in Healthcare Applications. *Mathematical Problems in Engineering V. 2022*, e. 6802967. <https://doi.org/10.1155/2022/6802967>
- Alvarado, D. (01 de Abril de 2016). *Lima tiene un déficit de al menos 45 mil espacios para estacionar*. INITRO. <https://www.nitro.pe/el-urbano/lima-tiene-un-deficit-de-al-menos-45-mil-espacios-para-estacionar.html>
- Álvarez, S., Brios, W., Cristobal, E., & Vega, N. (2022). *Plataforma virtual para acceder a estacionamientos: Parking Tech* [Tesis de Maestría, Universidad del Pacífico. Lima]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/639535/Alvarez_OS.pdf?
- Álvarez, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Álvarez, M. (2017). *Innovación de proceso y de producto en una empresa peruana dedicada al servicio de estacionamiento vehicular: estudio de caso* [Tesis de Maestría, Universidad Católica del Perú. Lima]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9880>
- Alkheder, S. A., Al Rajab, M. M., & Alzoubi, K. (2016). Parking problems in Abu Dhabi, UAE toward an intelligent parking management system “ADIP: Abu Dhabi Intelligent Parking”. *Alexandria Engineering Journal*, 55(3), 2679-2687. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2016.06.012>
- Amasifuén, B., Gonzáles, J., & Mego, W. (2020). *Agestión y optimización de los procesos de adquisiciones en la municipalidad distrital de Yarinacocha, Pucallpa 2018* [Tesis de Titulación, Universidad Nacional de Ucayali. Pucallpa]. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4294>

- Arias, J. (2021). Guía para elaborar la operacionalización de variables. *Espacio I+ D, Innovación más desarrollo*, 10(28), 1-15. <https://doi.org/10.31644/IMASD.28.2021.a02>
- Banco Mundial (2021). Informa anual 2021: de la crisis a la recuperación verde, resiliente e inclusiva. <https://n9.cl/um3jb>
- Bandrés, E., Conde, M., & Iniesta, I. (2021). El impacto de la COVID-19 en las pequeñas y medianas empresas de comunicación en España. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 25-40. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.02>
- Bañares, L., & Trujillo, F. (2019). *Aplicativo móvil para la gestión de aparcamiento en la empresa Power Tools Perú S.A.C-2018* [Tesis de Titulación, Universidad Autónoma del Perú. Lima]. <https://n9.cl/9wo2t>
- Błaszczuk, M., Popović, M., Zajdel, K., & Zajdel, R. (2022). The Impact of the COVID-19 Pandemic on the Organisation of Remote Work in IT Companies. *Sustainability*, 14(20), 13373. <https://doi.org/10.3390/su142013373>
- Bouskela, M., Casseb, M., Bassi, S., De Luca, C., & Facchina, M. (2016). *La ruta hacia las smart cities: Migrando de una gestión tradicional a la ciudad inteligente*. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/es/la-ruta-hacia-las-smart-cities-migrando-de-una-gestion-tradicional-la-ciudad-inteligente>
- Buñay, D. (2016). *Plataforma de estacionamiento inteligente, con un sistema inalámbrico* [Tesis de Titulación, Universidad de Guayaquil. Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20571/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20DAVID%20SINALUISA.pdf>
- Buñay, V. (2018). *Propuesta para la creación de una aplicación que ayude a mejorar y optimización de los parqueaderos en el centro de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de Titulación, Universidad de Guayaquil. Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28772>

- Cabrera, K., & Ruiz, D. (2020). Sistema de reserva de parqueo vía web y móvil para mejorar el control vehicular en una playa de estacionamiento 2019 [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo. Lima - Perú]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47234>
- Cantor, C., & Galeano, E. (2019). *Optimización en la gestión de la información de las actividades de distribución en la empresa DM&E, mediante una herramienta de innovación* [Tesis de Licenciatura, Universidad Piloto de Colombia. Colombia]. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/6429>
- Carlessi, H., Sáenz, K., & Romero, C. (2019). Primer Congreso Nacional de Investigación Universitaria: Experiencia de éxito. *Tradición, segunda época*, (19), 9-16. <https://doi.org/10.31381/tradicion.v0i19.2607>
- Chaca, A. (2019). *Diseño de automatización del control de acceso vehicular en los estacionamientos de la empresa Los Portales S.A, 2019* [Tesis de Titulación, Universidad Norbert Winer. Lima]. http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3583/T061_71482696_T.pdf
- Chai, R., Tsourdos, A., Savvaris, A., Chai, S., & Xia, Y. (2018). Two-stage trajectory optimization for autonomous ground vehicles parking maneuver. *IEEE Transactions on Industrial Informatics*, 15(7), 3899-3909.
- Chang, A., & Uyema, A. (2022). *Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa de servicio digital (App) para mejorar el servicio del alquiler de estacionamientos que ofrecen las empresas* [Tesis de Titulación, Universidad de Lima. Perú]. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/16172>
- Chanavá, K. (2019). *Implementación de App Ubikashpark para la localización de parqueaderos en zona bancaria de Guayaquil* [Tesis de Titulación, Universidad de Guayaquil. Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46687>

- Chávez, T., & Montenegro, K. (2021). El covid-19 y su impacto económico en las empresas hoteleras de Manta-Ecuador. *Eca Sinergia*, 12(1), 152-168. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588566096011/588566096011.pdf>
- Chen, Y., Yen, Y., Yu, S., & Chia-Yu Su, E. (2020). A flexible lockdown by integrating public health and economic reactivation to response the crisis of COVID-19: responses to comments by Alvaro J Idrovo on “An examination on the transmission of COVID-19 and the effect of response strategies: a comparative analysis”. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 8068. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218068>
- Cienfuegos, L., & Torres, E. (2021). La gestión de reclamos y su relación con la calidad de servicio en el área de atención [Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29366/Cienfuegos%20Cruz%20Lor>
- Cisneros, A. (2016). *Análisis y evaluación de las intersecciones semaforizadas para mejorar el flujo vehicular de la circunvalación de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, periodo 2015* [Tesis de Titulación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5026/1/112T0009.pdf>
- Coronado, F. (2022). Implementación de un sistema logístico en la gestión de almacenes para la calidad del servicio en el operador logístico IMUDESA [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo. Lima]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/82922>
- Correal, E., & Murcia, N. (2021). *Análisis de prefactibilidad para implementar parqueaderos rotativos automatizados para vehículos livianos en el centro de Bogotá* [Tesis de Maestría, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá]. <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/28042>

- Díaz, José., Calatayud, A., & Zúñiga, F. (2022). *Oportunidades, retos y brechas de la revolución tecnológica para la tarificación vial*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://n9.cl/kva9z>
- Diwekar, U. (2020). *Introduction to applied optimization*. Springer USA.
- Efdison, Z. (2021). Internal Marketing Analysis and Service Quality on Student Satisfaction as Consumers. *ADPEBI International Journal of Business and Social Science*, 1(1), 77-83. <https://doi.org/10.54099/aijbs.v1i1.29>
- Fida, B., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in islamic banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), 2158244020919517. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Figuroa, K. (2016). *Aplicación de la tecnología de identificación por radio frecuencia en estudios de tránsito y transporte—parte 1* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://n9.cl/uljgw>
- García, A., & Torrejón, O. (2017). *Mejora en la satisfacción del cliente y optimización de procesos operativos del Centro Comercial Real Plaza Primavera* [Tesis de Titulación, Universidad de Lima. Perú]. <http://repositorio-anterior.ulima.edu.pe/handle/ulima/5694>
- Guanolema, N. (2021). *Reestructuración del sistema de estacionamientos de la escuela superior politécnica de Chimborazo como parte del plan de movilidad sostenible* [Tesis de Titulación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Ecuador]. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15156/1/112T0184.pdf>
- Guedhami, O., Knill, A., Megginson, W. L., & Senbet, L. W. (2022). The dark side of globalization: Evidence from the impact of COVID-19 on multinational companies. *Journal of International Business Studies*, 53(8), 1603-1640. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41267-022-00540-8>

- Harmon, P. (2019). *Business process change: a business process management guide for managers and process professionals*. Morgan Kaufmann.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, S., & Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hult, G., Sharma, P., Morgeson, F., & Zhang, Y. (2019). Antecedents and consequences of customer satisfaction: do they differ across online and offline purchases? *Journal of Retailing*, 95(1), 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2018.10.003>
- Jaya, R., Widiyanto, P., & Candra, P. (2021). Calidad del servicio y satisfacción del cliente aumento de la lealtad de los pasajeros Ro-Ro ferry Bakauheni. *Journal of Economic, Management, Entrepreneur, and Business (JEMEB)*, Vol 1, N°1. <https://doi.org/10.52909/jemeb.v1i1.21>
- Lizano, E., & Villegas, A. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF_E.pdf?sequence=3
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Ma, X., & Xue, H. (2020). Intelligent smart city parking facility layout optimization based on intelligent IoT analysis. *Computer Communications*, 153, 145-151. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2020.01.055>
- Mejía, C. (2016). *Precio, Valor percibido y satisfacción en el sector de estacionamientos privados de Lima Metropolitana* [Tesis de Doctorado,

Universidad San Ignacio de Loyola. Lima].
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6ecaf47a-124f-4389-bbea-a00d854688ec/content>

- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C. M., & Sunnassee, V. (2020). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102414. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). Comprensión epistemológica del tesista sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 15(45), 13-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407375>
- Özkan, P., Süer, S., Keser, İ., & Kocakoç, İ. (2019). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2); 384-405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>
- Ozuem, W., Limb, N., & Lancaster, G. (2018). Exploring the locus of internal marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 26(4), 356-372. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1211729>
- Pérez, R. (2019). *Introducción a los Modelos de Optimización*. Sello Editorial UniPiloto. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/6637>
- Pérez, P. (2017). *Plan de negocios para la implementación de un sistema de parqueo inteligente usando una aplicación móvil, Arequipa 2017* [Tesis de Licenciado, Universidad Tecnológica del Perú. Arequipa]. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2577>
- Quiliche, R., Rentería-Ramos, R., de Brito Junior, I., Luna, A., & Chong, M. (2021). Using Spatial Patterns of COVID-19 to Build a Framework for Economic Reactivation. *Sustainability*, 13(18), 10092. <https://doi.org/10.3390/su131810092>

- Rahayu, S., & Faulina, S. (2022). Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1-13. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.568>
- Rivadeneira, J., De La Hoz, A., & Barrera, M. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. *E-IDEA Journal of business sciences*, 2(4), 17-25. <https://core.ac.uk/download/pdf/288306071.pdf>
- Restuputri, D., Indriani, T., & Masudin, I. (2021). The effect of logistic service quality on customer satisfaction and loyalty using kansei engineering during the COVID-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1906492. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1906492>
- Roche, P., & Posada, N. (2018). Estudio de viabilidad de una aplicación móvil para parqueaderos públicos en la ciudad de Medellín [Tesis de Titulación, Universidad EIA. Medellín]. <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/2023>
- Schermerhorn, J., Bachrach, D., & Wright, B. (2020). *Management*. John Wiley & Sons.
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on firm performance. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2213-2230.
- Slack, N., & Brandon, A. (2018). *Operations and process management: principles and practice for strategic impact*. Pearson UK.
- Sleimi, M., & Musleh, M. (2020). E-Banking services quality and customer loyalty: The moderating effect of customer service satisfaction: Empirical evidence from the UAE banking sector. *Management Science Letters* 10(1), 3663–3674 <https://scholar.ptuk.edu.ps/handle/123456789/809>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una

- empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Steffanell-De León, I., Arteta-Peña, Y., & Noda-Hernández, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, 23(3), 35-48. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181552082003/>
- Solís, W. (2020). *Plan de negocios para la gestión de estacionamientos a través de un aplicativo móvil llamado Parking San Isidro* [Tesis de Licenciado, Universidad Señor de Sipán. Pimentel]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7552>
- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2020). Developing and validating a theoretical model to evaluate customer satisfaction of e-services. In *Digital Innovations for Customer Engagement, Management, and Organizational Improvement*, 46-65. <https://www.igi-global.com/chapter/developing-and-validating-a-theoretical-model-to-evaluate-customer-satisfaction-of-e-services/255051>
- Teng, B., Wang, S., Shi, Y., Sun, Y., Wang, W., Hu, W., & Shi, C. (2022). Economic recovery forecasts under impacts of COVID-19. *Economic modelling*, 110, 105821. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.105821>
- Urrutia, D. (2017). *Optimización en la asignación de estacionamientos de los camiones de extracción para el cambio de turno mediante la utilización de redes neuronales y árboles de decisión* [Tesis de Titulación, Universidad de Chile. Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/146295>
- Velandia, A., & Palacio, V. (2019). *Parking más* [Tesis Doctoral, Universidad Del Rosario. Bogotá]. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20352>
- Villanueva, F. (2022). *Metodología de la investigación*. Vlik Soluciones educativas. <https://n9.cl/5kicg>
- Zhang, X., Liniger, A., Sakai, A., & Borrelli, F. (2018, December). Autonomous parking using optimization-based collision avoidance. In *2018 IEEE Conference on*

Decision and Control (CDC); 4327-4332.
<https://doi.org/10.1109/CDC.2018.8619433>

Zhou, R., Wang, X., Shi, Y., Zhang, R., Zhang, L., & Guo, H. (2019). Measuring e-service quality and its importance to customer satisfaction and loyalty: an empirical study in a telecom setting. *Electronic Commerce Research*, 19(3), 477-499. <https://doi.org/10.1007/s10660-018-9301-3>

Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-18. <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-021-00151-x>

ANEXOS

Tabla 17

Operacionalización de la variable optimización

Variable: Optimización				Niveles y rangos
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
Capacidad Ociosa	*Inventario de estacionamientos	Del 1 al 5	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo	Ordinal Bajo 1%-33% Medio 34%-66% Alto 67%-100%
Rotación Estacionamientos	*Índice de rotación	Del 6 al 10		
Flujo vehicular	*Número de vehículos ingresantes a un estacionamiento.	Del 10 al 15		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

Operacionalización de la variable satisfacción del cliente

Variable: Satisfacción del cliente				Niveles y rangos
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
Gestión de Reclamos	*Número de quejas y/o reclamos relacionados a la falta de estacionamientos.	Del 1 al 5	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo	Ordinal Bajo 1%-33% Medio 34%-66% Alto 67%-100%
Calidad de Servicio al Cliente	*Porcentaje de satisfacción del cliente (cuestionario)	Del 6 al 10		
Cliente interno	*Porcentaje satisfacción del cliente interno (encuesta).	Del 11 al 15		

Fuente: Elaboración propia

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Doctor: LUIS ALEJANDRO ESQUIVEL CASTILLO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Con mucha gratitud me comunico con Ud. para manifestarle mi saludo y así mismo, poner en conocimiento suyo que al ser estudiante del programa académico de MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UCV, en el campus de los Olivos, requiero comprobar los instrumentos con los cuales reuniré la información pertinente para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré el Grado de Maestro en Administración de Negocios - MBA.

El título de mi proyecto de investigación es: Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022 y siendo necesario contar con el asentimiento de docentes especializados y aplicar los instrumentos en mención, he visto oportuno recurrir a usted, ante su notable experiencia en temas de investigación científica.

El informe de validación, que le hago llegar incluye:

- Carta de presentación.
- Definición de los conceptos de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Jaime Atalaya Pisco
D.N.I: 09936000

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPTIMIZACIÓN

CUESTIONARIO SOBRE OPTIMIZACIÓN

Estimado Señor: El presente formulario tiene como fin obtener información de la “Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022. En ese sentido, se le agradecerá revisar cuidadosamente el cuestionario y responder adecuadamente marcando con un aspa la opción que crea conveniente y sólo debe anotar una alternativa considerando el siguiente esquema:

ALTERNATIVAS	VALOR
Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

I. OPTIMIZACIÓN

N. o	Capacidad ociosa	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa?					
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?					
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?					

4	¿Cree Ud. que la implementación de un App móvil para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?					
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino también para el público en general?					
N o	Rotación de estacionamientos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisiones sobre la implementación de un App para la conseguir estacionamientos libres?					
7	¿Considera Ud. que implementando un tope máximo de permanencia (2 horas) en los estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?					
8	¿Considera Ud. que recomendar a los directivos de la Red Privada de Clínicas que amplíen los horarios de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?					
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?					
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudará a medir apropiadamente la rotación de espacios?					
N o	Flujo vehicular	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Considera usted, que la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?					
12	¿Cree Ud. que implementando un App móvil para la búsqueda de estacionamientos se logrará optimizar el flujo vehicular a favor de los usuarios?					

1 3	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de estacionamiento que brinda el sistema de automatización ayudará a optimizar el flujo vehicular?					
1 4	¿Cree Ud. que el prepago mediante el App, por el uso de estacionamientos para ubicar espacios disponibles logre no sólo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?					
1 5	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo DNI:
 06519111

Especialidad del validador: Dr. en Ciencias Económicas

08 de noviembre del 2022

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 - ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
 - ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados



Firma del Experto Informante

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

I. SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	Gestión de reclamos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Concuerda usted que el número de quejas y/o reclamos por la falta de estacionamientos es un buen indicador para realizar acciones correctivas?					
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones y disponibilidad de estacionamientos, generaría molestias y reclamos?					
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos de los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa respecto al servicio que se ofrece?					
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?					
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a un mejor tratamiento de las quejas y por ende reducir la gestión de reclamos?					
N°	Calidad de servicio al cliente	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Considera usted que, la implementación del App móvil para optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?					
7	¿Cree usted que, la implementación del App móvil reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?					
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el App móvil, como gestionar una cita médica, puede estimular la interacción entre el usuario y el oferente?					

9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?					
10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?					
N. o	Cliente interno	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Está Ud. de acuerdo que la implementación de un App móvil facilitará la labor del cliente interno?					
12	¿Cree usted que la implementación del App móvil reducirá el conflicto con los usuarios?					
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al cliente interno a brindar una mejor atención al cliente externo?					
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?					
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo DNI: 06519111

Especialidad del validador: Dr. En Ciencias económicas

08 de noviembre del 2022

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

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

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



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: OPTIMIZACIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Clarida d ³		Sugerencia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa en los estacionamientos?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la implementación de un App para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino que también al público en general?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisión respecto a la implementación de un App para la búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
7	¿Considera Ud. que poniendo un tope máximo de permanencia (2 horas) en los	✓		✓		✓		

	estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?							
8	¿Considera Ud. que sugerir a los directivos de la red privada de clínicas que amplíen los horarios y días de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?	✓		✓		✓		
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudara a medir apropiadamente la rotación de espacios?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está de acuerdo en que, la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?	✓		✓		✓		
12	¿Cree Ud. que implementando un App para la búsqueda de estacionamientos se logrará moderar el flujo vehicular a favor de los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de permanencia de los autos que brinda el sistema de automatización del estacionamiento ayudará a optimizar el flujo vehicular?	✓		✓		✓		
14	¿Cree Ud. que el prepago por el uso de estacionamientos mediante el App para ubicar espacios disponibles logré no solo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?	✓		✓		✓		

15	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?	✓		✓		✓		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo
DNI: 06519111

Especialidad del validador: Dr. En Ciencias económicas

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

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

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

Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados

08 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Concuerda Ud. Que el número de quejas y/o reclamos relacionados a la falta de estacionamientos es un buen indicador para gestionar apropiadamente los reclamos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones de uso y disponibilidad de estacionamientos, originaría molestia y su consecuente reclamo?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos presentados por los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa sobre el servicio que se brinda?	✓		✓		✓		
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a priorizar las necesidades de los clientes respecto a la poca disponibilidad de estacionamientos y reducir la gestión de reclamos?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
6	¿Considera usted que, la implementación del aplicativo para	✓		✓		✓		

	optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?							
7	¿Cree usted que, la implementación del aplicativo reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el aplicativo para ubicar estacionamientos disponibles, como gestionar una cita médica, tendría una implicancia significativa en la percepción de la prestación que se da al usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está Ud. de acuerdo que, la implementación de un aplicativo para la ubicación disponible en los estacionamientos de una red de clínicas privadas facilitará la labor del cliente interno?	✓		✓		✓		
12	¿Cree usted que la implementación del aplicativo para la ubicación disponible de estacionamientos reducirá el conflicto con los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (p.e. aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al	✓		✓		✓		

	cliente interno a brindar una mejor atención al cliente externo?						
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?	✓		✓		✓	
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Luis Alejandro Esquivel Castillo
DNI: 06519111

Especialidad del validador: DOCTOR EN CIENCIAS ECONOMICAS

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

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

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

08 de noviembre del 2022

Firma del Experto Informante

CARTA DE PRESENTACIÓN

Doctor: BLANCA SILVIA CRUZ LLERENA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Con mucha gratitud me comunico con Ud. para manifestarle mi saludo y así mismo, poner en conocimiento suyo que al ser estudiante del programa académico de MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UCV, en el campus de los Olivos, requiero comprobar los instrumentos con los cuales reuniré la información pertinente para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré el Grado de Maestro en Administración de Negocios – MBA.

El título de mi proyecto de investigación es: Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022 y siendo necesario contar con el asentimiento de docentes especializados y aplicar los instrumentos en mención, he visto oportuno recurrir a usted, ante su notable experiencia en temas de investigación científica.

El informe de validación, que le hago llegar incluye:

- Carta de presentación.
- Definición de los conceptos de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Jaime Atalaya Pisco
D.N.I: 09936000

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPTIMIZACIÓN

CUESTIONARIO SOBRE OPTIMIZACIÓN

Estimado Señor: El presente formulario tiene como fin obtener información de la “Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022. En ese sentido, se le agradecerá revisar cuidadosamente el cuestionario y responder adecuadamente marcando con un aspa la opción que crea conveniente y sólo debe anotar una alternativa considerando el siguiente esquema:

ALTERNATIVAS	VALOR
Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

I. OPTIMIZACIÓN

N°	Capacidad Ociosa	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa?					
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?					
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?					

4	¿Cree Ud. que la implementación de un App móvil para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?					
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino también para el público en general?					
N°	Rotación de estacionamientos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisiones sobre la implementación de un App para la conseguir estacionamientos libres?					
7	¿Considera Ud. que implementando un tope máximo de permanencia (2 horas) en los estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?					
8	¿Considera Ud. que recomendar a los directivos de la Red Privada de Clínicas que amplíen los horarios de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?					
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?					
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudará a medir apropiadamente la rotación de espacios?					
N°	Flujo vehicular	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Considera usted, que la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?					
12	¿Cree Ud. que implementando un App móvil para la búsqueda de estacionamientos se logrará optimizar el flujo vehicular a favor de los usuarios?					

13	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de estacionamiento que brinda el sistema de automatización ayudará a optimizar el flujo vehicular?					
14	¿Cree Ud. que el prepago mediante el App, por el uso de estacionamientos para ubicar espacios disponibles logre no sólo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?					
15	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Blanca Silvia, Cruz Llerena
 DNI: 06066654

Especialidad del validador: Dr. en Administración

04 de noviembre del 2022

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

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

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados



Firma del Experto Informante

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

I. SATISFACCION DEL CLIENTE

N°	Gestión de reclamos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Concuerda usted que el número de quejas y/o reclamos por la falta de estacionamientos es un buen indicador para realizar acciones correctivas?					
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones y disponibilidad de estacionamientos, generaría molestias y reclamos?					
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos de los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa respecto al servicio que se ofrece?					
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?					
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a un mejor tratamiento de las quejas y por ende reducir la gestión de reclamos?					
N°	Calidad de servicio al cliente	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Considera usted que, la implementación del App móvil para optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?					
7	¿Cree usted que, la implementación del App móvil reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?					
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el App móvil, como gestionar una cita médica, puede estimular la interacción entre el usuario y el oferente?					
9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?					

10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?					
N°	Cliente interno	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Está Ud. de acuerdo que la implementación de un App móvil facilitará la labor del cliente interno?					
12	¿Cree usted que la implementación del App móvil reducirá el conflicto con los usuarios?					
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al cliente interno a brindar una mejor atención al cliente externo?					
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?					
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Blanca Silvia, Cruz Llerena
DNI: 06066654

Especialidad del validador: Dr. En Administración

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

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

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

04 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: OPTIMIZACIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Clarida d ³		Sugerencia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa en los estacionamientos?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la implementación de un App para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino que también al público en general?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisión respecto a la implementación de un App para la búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
7	¿Considera Ud. que poniendo un tope máximo de permanencia (2 horas) en los estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?	✓		✓		✓		

8	¿Considera Ud. que sugerir a los directivos de la red privada de clínicas que amplíen los horarios y días de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?	✓		✓		✓		
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudara a medir apropiadamente la rotación de espacios?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está de acuerdo en que, la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?	✓		✓		✓		
12	¿Cree Ud. que implementando un App para la búsqueda de estacionamientos se logrará moderar el flujo vehicular a favor de los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de permanencia de los autos que brinda el sistema de automatización del estacionamiento ayudará a optimizar el flujo vehicular?	✓		✓		✓		
14	¿Cree Ud. que el prepago por el uso de estacionamientos mediante el App para ubicar espacios disponibles logré no solo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?	✓		✓		✓		
15	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Blanca Silvia, Cruz Llerena
DNI: 06066654

Especialidad del validador: Doctor en Administración

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

04 de noviembre del 2022

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

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

Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Blanca Silvia Cruz Llerena', written over a horizontal line.

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Concuerda Ud. Que el número de quejas y/o reclamos relacionados a la falta de estacionamientos es un buen indicador para gestionar apropiadamente los reclamos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones de uso y disponibilidad de estacionamientos, originaría molestia y su consecuente reclamo?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos presentados por los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa sobre el servicio que se brinda?	✓		✓		✓		
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a priorizar las necesidades de los clientes respecto a la poca disponibilidad de estacionamientos y reducir la gestión de reclamos?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
		Si	No	Si	No	Si	No	

6	¿Considera usted que, la implementación del aplicativo para optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		
7	¿Cree usted que, la implementación del aplicativo reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el aplicativo para ubicar estacionamientos disponibles, como gestionar una cita médica, tendría una implicancia significativa en la percepción de la prestación que se da al usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está Ud. de acuerdo que, la implementación de un aplicativo para la ubicación disponible en los estacionamientos de una red de clínicas privadas facilitará la labor del cliente interno?	✓		✓		✓		
12	¿Cree usted que la implementación del aplicativo para la ubicación disponible de estacionamientos reducirá el conflicto con los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al cliente interno a	✓		✓		✓		

	brindar una mejor atención al cliente externo?							
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?	✓		✓		✓		
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Blanca Silvia, Cruz Llerena
DNI: 06066654

Especialidad del validador: Doctor en Administración

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

04 de noviembre del 2022

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

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

Firma del Experto Informante

CARTA DE PRESENTACIÓN

Doctor: Víctor Giovanni Ballena Domínguez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Con mucha gratitud me comunico con Ud. para manifestarle mi saludo y así mismo, poner en conocimiento suyo que al ser estudiante del programa académico de MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UCV, en el campus de los Olivos, requiero comprobar los instrumentos con los cuales reuniré la información pertinente para poder desarrollar la investigación y con la cual optaré el Grado de Maestro en Administración de Negocios – MBA.

El título de mi proyecto de investigación es: Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022 y siendo necesario contar con el asentimiento de docentes especializados y aplicar los instrumentos en mención, he visto oportuno recurrir a usted, ante su notable experiencia en temas de investigación científica.

El informe de validación, que le hago llegar incluye:

- Carta de presentación.
- Definición de los conceptos de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Jaime Atalaya Pisco
D.N.I: 09936000

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OPTIMIZACIÓN

CUESTIONARIO SOBRE OPTIMIZACIÓN

Estimado Señor: El presente formulario tiene como fin obtener información de la “Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022. En ese sentido, se le agradecerá revisar cuidadosamente el cuestionario y responder adecuadamente marcando con un aspa la opción que crea conveniente y sólo debe anotar una alternativa considerando el siguiente esquema:

ALTERNATIVAS	VALOR
Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

I. OPTIMIZACIÓN

N°	Capacidad ociosa	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa?					
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?					
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?					

4	¿Cree Ud. que la implementación de un App móvil para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?					
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino también para el público en general?					
N°	Rotación de estacionamientos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisiones sobre la implementación de un App para la conseguir estacionamientos libres?					
7	¿Considera Ud. que implementando un tope máximo de permanencia (2 horas) en los estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?					
8	¿Considera Ud. que recomendar a los directivos de la Red Privada de Clínicas que amplíen los horarios de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?					
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?					
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudará a medir apropiadamente la rotación de espacios?					
N°	Flujo vehicular	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Considera usted, que la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?					
12	¿Cree Ud. que implementando un App móvil para la búsqueda de estacionamientos se logrará optimizar el flujo vehicular a favor de los usuarios?					

13	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de estacionamiento que brinda el sistema de automatización ayudará a optimizar el flujo vehicular?					
14	¿Cree Ud. que el prepago mediante el App, por el uso de estacionamientos para ubicar espacios disponibles logre no sólo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?					
15	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez
 DNI: 09853135

Especialidad del validador: Dr. En Economía

19 de noviembre del 2022

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

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

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

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados



Firma del Experto Informante

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

II. SATISFACCION DEL CLIENTE

N. °	Gestión de reclamos	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Concuerda usted que el número de quejas y/o reclamos por la falta de estacionamientos es un buen indicador para realizar acciones correctivas?					
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones y disponibilidad de estacionamientos, generaría molestias y reclamos?					
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos de los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa respecto al servicio que se ofrece?					
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?					
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a un mejor tratamiento de las quejas y por ende reducir la gestión de reclamos?					
N. °	Calidad de servicio al cliente	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
6	¿Considera usted que, la implementación del App móvil para optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?					
7	¿Cree usted que, la implementación del App móvil reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?					
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el App móvil, como gestionar una cita médica, puede estimular la interacción entre el usuario y el oferente?					

9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?					
10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?					
N. o	Cliente interno	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
11	¿Está Ud. de acuerdo que la implementación de un App móvil facilitará la labor del cliente interno?					
12	¿Cree usted que la implementación del App móvil reducirá el conflicto con los usuarios?					
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al cliente interno a brindar una mejor atención al cliente externo?					
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?					
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez
DNI: 09853135

Especialidad del validador: Dr. En Economía

19 de noviembre del 2022

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

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

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



Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
OPTIMIZACIÓN**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinenci a ¹		Relevanci a ²		Clarida d ³		Sugerencia s
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Considera Ud. que el inventario de estacionamientos es un buen indicador de capacidad ociosa en los estacionamientos?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que los espacios no usados en los estacionamientos generan una percepción negativa sobre la disponibilidad real de parqueos?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que el uso de aplicativos móviles para la ubicación de estacionamientos reducirá el número de espacios vacíos y optimizará el parking?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la implementación de un App para ubicar estacionamientos disponibles mejorará la oferta de espacios dónde estacionar?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que mantener un inventario de estacionamientos adecuado permitirá ofertar no solo espacios para usuarios de la red privada de clínica, sino que también al público en general?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							
6	¿Cree Ud. que el índice de rotación es un dato muy relevante para tomar decisión respecto a la implementación de un App para la búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
7	¿Considera Ud. que poniendo un tope máximo de permanencia (2 horas) en los	✓		✓		✓		

	estacionamientos, mejorará el índice de rotación de espacios disponibles?							
8	¿Considera Ud. que sugerir a los directivos de la red privada de clínicas que amplíen los horarios y días de atención (domingos y feriados), mejore la disponibilidad de estacionamientos?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que una buena información y señalización (letreros) dentro de los estacionamientos ayude a concientizar el uso correcto de los espacios?	✓		✓		✓		
10	¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de guiado de luces dentro de los estacionamientos ayudara a medir apropiadamente la rotación de espacios?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está de acuerdo en que, la cuantificación de autos ingresantes a un estacionamiento es un dato relevante para la toma de decisiones para este tipo de negocio?	✓		✓		✓		
12	¿Cree Ud. que implementando un App para la búsqueda de estacionamientos se logrará moderar el flujo vehicular a favor de los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Considera Ud. que la información sobre el tiempo de permanencia de los autos que brinda el sistema de automatización del estacionamiento ayudará a optimizar el flujo vehicular?	✓		✓		✓		
14	¿Cree Ud. que el prepago por el uso de estacionamientos mediante el App para ubicar espacios disponibles logré no solo disponer de uno de ellos, sino que mejore el flujo vehicular?	✓		✓		✓		

15	¿Considera Ud. que el incremento del parque automotor influye de forma negativa en el control del flujo vehicular?	✓		✓		✓		
----	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez
 DNI: 09853135

Especialidad del validador: Dr. En Economía

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

19 de noviembre del 2022

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

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

Nota: Suficiencia se dice suficiencia cuando los ítems planteados



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ^{a1}		Relevancia ^{a2}		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	¿Concuerda Ud. Que el número de quejas y/o reclamos relacionados a la falta de estacionamientos es un buen indicador para gestionar apropiadamente los reclamos?	✓		✓		✓		
2	¿Considera Ud. que la falta de información como ayudas visuales y comunicación directa a los clientes sobre condiciones de uso y disponibilidad de estacionamientos, originaría molestia y su consecuente reclamo?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que un inadecuado seguimiento a los reclamos presentados por los clientes sobre la falta de disponibilidad de estacionamientos genere una percepción negativa sobre el servicio que se brinda?	✓		✓		✓		
4	¿Considera Ud. que una actitud proactiva del operador de estacionamientos ayudaría a reducir significativamente las quejas o reclamos por falta de espacios?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que implementar un libro o buzón de sugerencias contribuiría a priorizar las necesidades de los clientes respecto a la poca disponibilidad de estacionamientos y reducir la gestión de reclamos?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2							

6	¿Considera usted que, la implementación del aplicativo para optimizar los estacionamientos mejorará la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		
7	¿Cree usted que, la implementación del aplicativo reducirá significativamente el tiempo de búsqueda de estacionamientos?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que, incorporando información adicional en el aplicativo para ubicar estacionamientos disponibles, como gestionar una cita médica, tendría una implicancia significativa en la percepción de la prestación que se da al usuario?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que el uso de la tecnología facilita y simplifica procesos y optimiza tiempos en beneficio de la calidad del servicio que se brinda al cliente?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que un estacionamiento completamente automatizado y sin contacto con personas, mejoraría la calidad del servicio al cliente?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
11	¿Está Ud. de acuerdo que, la implementación de un aplicativo para la ubicación disponible en los estacionamientos de una red de clínicas privadas facilitará la labor del cliente interno?	✓		✓		✓		
12	¿Cree usted que la implementación del aplicativo para la ubicación disponible de estacionamientos reducirá el conflicto con los usuarios?	✓		✓		✓		
13	¿Cree Ud. que la innovación tecnológica (p.e. aplicativos móviles) y la simplificación de procesos ayudaría al	✓		✓		✓		

	cliente interno a brindar una mejor atención al cliente externo?						
14	¿Considera Ud. que las capacitaciones sobre manejo de conflictos y soluciones al cliente interno, repercutirá de forma positiva en la satisfacción del cliente externo?	✓		✓		✓	
15	¿Cree Ud. que el proceso de innovación generará credibilidad y confianza en el usuario a través de la calidad con la que se ofrece la prestación?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Víctor Giovanni Ballena Domínguez
 DNI: 09853135

Especialidad del validador: Dr. En Economía

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

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

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

19 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante

Matriz de Consistencia

Título Optimización de Parking y Satisfacción al Cliente en Estacionamientos de una Red de Clínicas Privadas en el distrito de Surco, 2022.

Autor Jaime Atalaya Pisco

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	Variables e indicadores				
Problema General	Objetivo General	Hipótesis Principal	Variable: Optimización				Niveles y rangos
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
¿En qué medida la optimización de parking se relaciona con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022?	Determinar si la optimización de parking se relaciona con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.	Existe relación significativa entre la optimización de parking con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.	Capacidad Ociosa	*Inventario de estacionamientos	Del 1 al 5	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo	Ordinal Bajo 1%-33% Medio 34%-66% Alto 67%-100%
Problemas Específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicas	Rotación Estacionamientos	*Índice de rotación	Del 6 al 10		
¿En qué medida la capacidad ociosa se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas	Determinar si la capacidad ociosa se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en	Existe relación significativa entre la capacidad ociosa con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.	Flujo vehicular	*Número de vehículos ingresantes a un estacionamiento.	Del 10 al 15		
			Variable: Satisfacción del cliente				Niveles y rangos
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	

en el distrito de Surco, 2022?	el distrito de Surco, 2022.						
¿En qué medida la rotación de estacionamientos se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022?	Determinar si la rotación de estacionamientos se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022	Existe relación significativa entre la rotación de estacionamientos con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.	Gestión de Reclamos	*Número de quejas y/o reclamos relacionados a la falta de estacionamientos.	Del 1 al 5	1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo	Ordinal Bajo 1%-33% Medio 34%-66% Alto 67%-100%
¿En qué medida el flujo vehicular se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022?	Determinar si el flujo vehicular se relaciona con la satisfacción del cliente y sus dimensiones en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022	Existe relación significativa entre el flujo vehicular con la satisfacción del cliente en los estacionamientos de una red de clínicas privadas en el distrito de Surco, 2022.	Calidad de Servicio al Cliente	*Porcentaje de satisfacción del cliente (cuestionario)	Del 6 al 10		
			Cliente interno	*Porcentaje de satisfacción del cliente interno (encuesta).	Del 11 al 15		
Nivel - Diseño de Investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
Tipo de estudio: Descriptiva Correlacional	Población: >= 18 años, tengan cita médica, posean auto y sean clientes de los estacionamientos.	Variables: Optimización y Satisfacción del Cliente		Descriptiva: Para el análisis estadístico descriptivo de los datos, se utilizará el programa SPSS, con la que se generarán cuadros y figuras para las variables y sus dimensiones.			

Diseño: No experimental	Tipo de Muestreo: aleatorio Tamaño de la muestra: 81 personas que serán clientes de la red privada de clínicas y que hagan uso de sus estacionamientos.	Técnica: Encuesta	
Método: Cuantitativo		Instrumentos: Cuestionarios	
		Autor: Jaime Atalaya Pisco	
		Ámbito de Aplicación: Estacionamientos de una red privada de clínicas en el distrito de Surco	Inferencial: Siguiendo un riguroso análisis, se obtendrán conclusiones a través de una cantidad considerable de acontecimientos a partir de la observación de la muestra elegida. Asimismo, se usará el programa SPSS, con el propósito de crear cuadros e imágenes para una de las variables y sus dimensiones.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ESQUIVEL CASTILLO LUIS ALEJANDRO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Optimización de Parking y Satisfacción del Cliente en Estacionamientos de una Red Privada de Clínicas, distrito de Surco, 2022", cuyo autor es ATALAYA PISCO JAIME, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 12 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ESQUIVEL CASTILLO LUIS ALEJANDRO DNI: 06519111 ORCID: 0000-0003-2665-497X	Firmado electrónicamente por: LAESQUIVELE el 13- 01-2023 10:54:02

Código documento Trilce: TRI - 0517775