



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la veterinaria
Lescano Vets, San Juan de Lurigancho, 2017”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Merly Gianira Matos Serrano

ASESOR:

Dr. Darién Barramedo Rodríguez Galán

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2017

PÁGINAS PRELIMINARES

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 08 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don
 (a)..... Herly Matos Senano.....
 cuyo título es: Calidad de servicio y satisfacción del cliente
en la veterinaria Los canes Vets, San Juan de
Uriguanche, 2017.....

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
 el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14..(número)
Catorce.....(letras).

Trujillo (o Filial)..... 02.....de dic...... del 2017



 PRESIDENTE



 SECRETARIO



 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

A mi padre y mi hermana por brindarme su apoyo de manera incondicional cuando más lo necesité y principalmente a mi madre que, aunque ya no este conmigo supo educarme y por ella soy la chica que soy. Gracias madre mía.

Agradecimiento

Agradezco a dios por bendecirme con vida y salud, por guiar mis pasos para llegar hasta esta etapa tan importante en mi vida.

A mi amada familia; mi padre y hermana que gracias a su apoyo pude llegar hasta este momento de mi formación profesional, sin ellos no lo hubiera podido lograr.

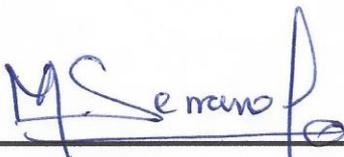
Declaración de Autenticidad

Yo, Merly Gianira Matos Serrano, con DNI N° 47389068, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesa Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 2 de diciembre del 2017



Merly Gianira Matos Serrano

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento a todo ustedes la Tesis Titulada **“Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017”**, esta investigación comprende los capítulos de introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la presente tesis fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de la veterinaria Lescano Vets, la cual someto a vuestra consideración con la finalidad de poder cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Atte,

A handwritten signature in blue ink, reading "M. Serrano", is written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a large loop at the end.

Merly Gianira Matos Serrano

Índice

	Página
PÁGINAS PRELIMINARES	ii
Página del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de Autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad Problemática	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.4. Formulación del Problema	23
1.5. Justificación del estudio	23
1.6. Hipótesis	24
1.7. Objetivos	25
II. MÉTODO	27
2.1. Diseño de Investigación	28
2.2. Variables, operacionalización	28
2.3. Población y muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5. Métodos de análisis de datos	35
2.6. Aspectos éticos:	35

III. RESULTADOS	36
IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES	53
VI. RECOMENDACIONES	55
VI. REFERENCIAS	57
VII. ANEXOS	60
Anexo 1: Instrumentos	
Anexo 2: Base de datos de las variables	
Anexo 3: Matriz de consistencia	
Anexo 4: Tabla de especificaciones	
Anexo 5: Validación de los instrumentos	
Anexo 6: Autorización de publicación de tesis para repositorio institucional	
Anexo 7: Autorización de la empresa	
Anexo 8: Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin	

Índice de tablas

Tabla 01: Operacionalización de variables

Tabla 02: Validación por juicios de expertos variable Calidad de servicio

Tabla 03: Validación por juicio de expertos de la variable satisfacción del cliente

Tabla 04: Confiabilidad de la variable Calidad de Servicio

Tabla 05: Confiabilidad de la variable Satisfacción de los clientes

Tabla 06: Tablas cruzadas de calidad de servicio y satisfacción de los clientes

Tabla 07: Tablas cruzadas de elementos tangibles y satisfacción de los clientes

Tabla 08: Tablas cruzadas de fiabilidad y satisfacción de los clientes

Tabla 09: Tablas cruzadas de capacidad de respuesta y satisfacción de los clientes

Tabla 10: Tablas cruzadas de seguridad y satisfacción de los clientes

Tabla 11: Tabla de contingencia empatía y satisfacción del cliente

Tabla 12: Contrastación de la Hipótesis general entre calidad de servicio y satisfacción del cliente

Tabla 13: Contrastación de la Hipótesis específica entre elementos tangibles y satisfacción del cliente

Tabla 14: Contrastación de la Hipótesis específica entre fiabilidad y satisfacción del cliente

Tabla 15: Contrastación de la Hipótesis específica entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente

Tabla 16: Contrastación de la Hipótesis específica entre seguridad y satisfacción del cliente

Tabla 17: Contrastación de la Hipótesis específica entre empatía y satisfacción del cliente

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la veterinaria Lescano Vets en el distrito de San Juan de Lurigancho. El tipo de investigación es descriptivo correlacional, se sustenta bajo los fundamentos de las teorías de Parasuraman, Berry y Zeithami, en el caso de calidad de servicio a Kotler para el caso de la satisfacción del cliente. La población de estudio estuvo conformada por 102 clientes de la veterinaria Lescano Vets, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta y se utilizó el cuestionario como instrumento lo cual consta de 30 items por variable y por último se llegó a la conclusión que si existe una correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de acuerdo a los datos obtenidos, con una correlación Rho de Spearman 0,729 y un nivel de significancia de 0,000, la correlación que existe entre ambas es una correlación moderada.

Palabras clave: Calidad, satisfacción, cliente.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of determining the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of the veterinary Lescano Vets clients in the district of San Juan de Lurigancho. The type of research is descriptive correlational, it is based on the foundations of the theories of Parasuraman, Berry and Zeithami in the case of quality of service and Kotler in the case of customer satisfaction. The study population consisted of 102 clients of the Veterinary Lescano Vets, the technique of data collection that was used was the survey and the questionnaire was used as an instrument which consists of 30 items per variable and finally the conclusion was reached that if there is a correlation between quality of service and customer satisfaction according to the data obtained, with a Rho correlation of Spearman 0,729 and a level of significance of 0,000, the correlation that exists between both is a moderate correlation.

Keywords: Quality, satisfaction, customer.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Hoy en día la mayoría de las empresas están tras de la búsqueda de la calidad de sus servicios con la finalidad de ser más competitivo siendo esta una estrategia para su posicionamiento, en realidad tener un servicio de calidad y a su vez clientes satisfechos por el mismo, es algo complicado de lograr, ya que por lo general la calidad percibida tiene mucho que ver con las expectativas y las percepciones de cada cliente.

A nivel internacional la COVM en el año 2014 consiguió la Calidad Certificada a base del gran esfuerzo que el equipo de profesionales realiza a diario; logrando el 100% de la satisfacción en los usuarios que reciben las atenciones veterinarias en Madrid, España. Para poder alcanzar esta certificación en la actualidad, se realizó una serie de auditorías, pudiendo valorar los trabajos realizados por el personal. Así mismo debido al servicio deficiente y no complaciente para los clientes de las empresas norteamericanas que tienen hoy en día, grandes pérdidas económicas, aproximadamente de 31 Mil Millones de Euros anuales.

En el año 2016 en la página de RPP NOTICIAS se presenta una investigación en la cual se observa que el Perú actualmente cuenta con una Política de Calidad con el fin de mejorar la competitividad de las organizaciones ya sea de bienes o servicios. Walter Ramírez, jefe de la INACAL en el Foro Nacional “Cruzada por la Vida y la Seguridad de los Productos y Servicios”, que fue organizado por la Sociedad Nacional de Organismos Acreditados en Sistemas de Calidad (SNOASC) y el Congreso de la República precisó que actualmente se tiene aproximadamente 1329 empresas con certificación de calidad ISO ya sea ISO 9001 o ISO 14001, del total de empresas formales a nivel nacional que llega a 1 382 899, de acuerdo a lo indicado por SUNAT. Es decir, solo el 1% en nuestro país cuenta con sistemas que gestionan la calidad, lo cual afecta directamente a la satisfacción del cliente.

LESCANO VETS es una empresa dedicada al servicio de atención, cuidado y diagnóstico veterinario ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, actualmente se observan algunas debilidades en la organización ya sea tanto en la infraestructura, en la entrega de los análisis clínicos, en el orden de insumos veterinarios y limpieza de ambientes al momento de la atención de las mascotas; si hablamos de infraestructura se observa que la veterinaria no cuenta con una adecuada sala de espera, además de no

contar con ambientes adecuados para atender a los animales, por otro lado si hablamos de la demora que surge al momento de entregar los análisis clínicos, tenemos que hacer mención que la empresa no cuenta con los instrumentos necesarios para poder diagnosticar alguna enfermedad; es por esto que la veterinaria LESCANO VETS recurre a tercerizar dicho servicio; por último, el orden y la limpieza en la empresa son factores sumamente importantes ya que de por si el ambiente ya es complicado y adicionarle desorden y poca limpieza generaría como resultado la insatisfacción de los clientes. Por ello se pretende establecer algunas medidas de mejora con respecto a la calidad de servicio para obtener como resultado la satisfacción del cliente y a su vez mayor rentabilidad para la empresa.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional

Chiluisa (2015) obtuvo el título de Ingeniería en Marketing y Gestión de Negocios de la Universidad Técnica De Ambato, Ecuador con su tesis titulado *La calidad de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa Yambo tours C.A. de la ciudad de Latacunga*. Esta investigación tiene como objetivo diseñar Estrategias de Servicio que contribuirán la Satisfacción de los clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga. El autor tomo como teóricos bases a Soriano para definir la variable calidad de servicio y respecto a la variable satisfacción del cliente menciona a Kotler. Además, esta investigación es de tipo descriptivo correlacional. De las encuestas realizadas a los clientes externos del 100%, observamos que el 19,1% consideran que la calidad de servicio que ofrece dicha empresa es excelente, mientras que un 9,1% consideran que es regular, y el 71,8% opinan que la calidad en el servicio es mala. Los resultados obtenidos por medio del Chi Cuadrado indican que el valor de $X^2_c = 12,41 > X^2_t = 9,45$ por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir que la Calidad Del Servicio si influye en la Satisfacción de los clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga De acuerdo a los resultados obtenidos vemos que el autor concluye que según la percepción de los clientes la escasa publicidad con la que cuenta la empresa es un aspecto negativo ya que muchas personas no conocen los servicios que ofrece la empresa.

El aporte que brinda la investigación es importante ya que se tiene en cuenta el desarrollo del marco teórico de las variables de estudio además de las recomendaciones que brinda el autor.

Reyes (2014) obtuvo el título de administradora de empresas en el grado académico de licenciada con su tesis titulada *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango*. Esta tesis tuvo como objetivo Medir el nivel de satisfacción de los clientes, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio y verificar que métodos utilizan para medir la satisfacción del cliente. Los teóricos que utiliza para esta investigación respecto a la calidad de servicio es a Grande y a la satisfacción del cliente a Gosso. Además, el tipo de estudio es experimental. Para la recopilación de datos se utilizó como instrumento boletas de opinión a un total de 100 clientes. El autor concluye que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: Instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%., mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 63%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo.

Esta investigación aporta datos importantes para tenerlos en cuenta en la presente investigación respecto a la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Velasco (2011) obtuvo el título de ingeniero en marketing y gestión de negocios de la Universidad Técnica De Ambato, Ecuador en su tesis titulado *la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del comisariato FECOS de la ciudad de Salcedo*, tuvo como objetivo. Esta tesis tuvo como objetivo Implementar Estrategias de Servicio para incrementar la Satisfacción de los clientes de Comisariato Fecos de la ciudad de Salcedo. Las teorías de soporte como mercadotecnia de servicios, Las 5 "S" de la Calidad, Las 4 "C" en el Mercadeo de Servicios. El tipo de investigación es descriptiva correlacional, la cual permitió determinar el grado de incidencia que existe entre la variable calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Para la recolección de datos se utilizó la encuesta,

que fue aplicada a 172 personas consideradas clientes externos fijos que posee el comisariato FECOS. De acuerdo a los resultados obtenidos por medio del Chi Cuadrado vemos que el valor de $X^2_t = 3.841 < X^2_C = 12,03$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna que indica que la calidad del servicio si influye en la satisfacción de los clientes del Comisariato Fecos de la ciudad de Salcedo. El autor concluye que la atención de los empleados del comisariato es buena, pero se debe encaminar a que sea excelente de esta manera no hay que dejar de lado la atención que se da a los clientes por que el éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes.

El aporte que brinda la investigación es importante ya que se tiene en cuenta el desarrollo del marco teórico y nos permite identificar en que está fallando la empresa y poder tomar las medidas necesarias para mejorar brindando una atención de calidad.

A nivel nacional

Ñahuirima (2015) obtuvo el título de licenciado en administración de empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, Perú con su tesis *titulado calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas. Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*. Esta tesis tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas. Las teorías de soporte que utiliza el autor es la teoría de los cinco absolutos de la calidad de Crosby, la teoría del control de calidad según Gryna, Chua & Defeo. Además, esta investigación es de tipo descriptivo correlacional, el instrumento de recolección de datos que se utilizo fue la encuesta la cual consta de 28 ítems y fue empleada al total de muestra que es de 348 clientes. El autor concluye que existe relación entre ambas variables ya que el nivel de significancia es 0.000 y el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.0841 lo cual significa que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas.

Esta investigación brinda como aporte las teorías de su marco teórico de las variables calidad y satisfacción que están citadas por autores reconocidos, a su vez tiene el mismo tipo de metodología lo cual ayudará para la futura discusión con la presente investigación.

Jara (2016) obtuvo el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Cesar Vallejo con la tesis titulada calidad de servicio y satisfacción de los pacientes del centro de salud José Carlos Mariátegui turno mañana, San Juan de Lurigancho, 2016. Esta tesis tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios del Centro de Urgencias y Emergencias Sociales INABIF. Como teorías de soporte tenemos a la teoría de las expectativas según Hubber, la teoría de las necesidades y expectativas del paciente según Potter y la teoría de la percepción según Robbins. Esta investigación es de tipo descriptiva correlacional. La técnica que se empleó es la encuesta y el instrumento utilizado es el cuestionario, el cual fue aplicado a 132 pacientes del centro de salud. Se concluye que las variables de la presente investigación están relacionadas según la correlación de Spearman de 0.752 representado este resultado como fuerte o perfecta con una significancia estadística de $p=0.000$ siendo menor que el 0.01. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Este antecedente tiene una relación directa con el estudio del presente trabajo ya que utiliza las mismas variables que se emplea en esta investigación, brindando como aporte la importancia de brindar una buena calidad de servicio para que los clientes se encuentren satisfechos.

Arteaga (2015) obtuvo el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Cesar Vallejo con su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción en las pollerías de la avenida Wiesse de San Juan de Lurigancho 2015*. La presente tesis tuvo como objetivo es determinar la relación entre la Calidad de servicio y satisfacción del cliente *en las pollerías de la avenida Wiesse de San Juan de Lurigancho*. Se utilizó la teoría de Joseph para la variable calidad de servicio y para la variable satisfacción de cliente a Stacy Adams. esta investigación es de tipo descriptivo correlacional, la técnica que se aplicó para recopilar datos fue la encuesta y como instrumento se utilizó al cuestionario para lo cual se tiene una muestra de 96 clientes. El autor concluye la investigación obteniendo como resultado que no existe una relación entre las variables de estudio ya que el nivel de significancia es de 0,735 y el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de - 0.035.

Este antecedente indica que las variables de estudio no están relacionadas de acuerdo a los resultados obtenidos por el presente autor. Se tiene en cuenta este aporte para realizar la discusión de la presente investigación.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Variable 1: Calidad de Servicio

Esta presente investigación toma como teórico base lo sostenido por:

Según Parasuraman, Berry y Zeithaml (1993) la calidad de servicio “es un juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido” (p.26)

De acuerdo al autor en mención la calidad de servicio es el resultado que obtiene el cliente de acuerdo a las expectativas previas y la percepción que obtiene luego de recibir un servicio.

Las dimensiones que proponen Parasuraman, Berry y Zeithami son:

Elementos tangibles, dentro de esta dimensión encontramos al equipo de un determinado lugar, materiales de comunicación, la apariencia de las instalaciones físicas y personal.

Fiabilidad, se refiere al servicio que la empresa promete brindar de una manera fiable y cuidadosa.

Capacidad de respuesta, esta dimensión se caracteriza por brindar un servicio rápido, la disposición y voluntad para ayudar a los clientes.

Seguridad, es la atención mostrada por los empleados y cada una de sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad.

Empatía, que viene a ser el trato y la atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes poniéndose en lugar de ellos

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL. Este modelo es una técnica de investigación comercial que se encarga de medir la calidad de servicio, mediante las necesidades y expectativas del cliente teniendo en cuenta las cinco dimensiones.

Para SERVQUAL, un servicio de calidad es aquel en el que las percepciones resulten mayores a las expectativas, es decir un servicio de calidad es el resultado de la diferencia entre expectativas y percepciones del cliente.

Las expectativas de los clientes, según el método, pueden estar alineadas a factores específicos: La “comunicación boca a boca”, a las necesidades personales, a las experiencias previas de los clientes y a las comunicaciones externas que realice la misma empresa a favor de sus productos o servicio.

SERVQUAL ayuda a definir lo necesario para la mejora de la calidad de servicio, principalmente busca minimizar las deficiencias en el servicio brindado.

Por otro lado, Pizzo (2013) sostiene:

La calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.(p. 143)

De acuerdo al presente autor la calidad de servicio es el hábito que posee cada organización para interpretar las necesidades y expectativas que tienen los clientes respecto a un servicio. Para este autor las dimensiones son las siguientes: accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable.

Según Álvarez (2006) la calidad está representada a través de un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de las organizaciones buscan satisfacer las

necesidades de su público objetivo anticiparse a ellas, participando activamente en la prestación de servicios o en el desarrollo de productos. (p. 96)

El presente autor considera que la base de todo sistema de gestión de calidad tiene un ciclo denominado ciclo de Deming, este representa una manera de hacer un modo de trabajo e incluso una cultura a través del cual la organización funcione. A través de la planificación, control, desarrollo y análisis siendo estas la dimensiones para el presente autor.

Variable 2: Satisfacción del cliente

Esta investigación considera el aporte de los siguientes teóricos

Según Kotler (2001) define la satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (p.54)

El autor señala que la satisfacción del cliente cuenta con las siguientes dimensiones:

1. El rendimiento percibido es el aquello que el cliente percibe después de obtener un producto o servicio.
2. Las Expectativas: Son las esperanzas o expectativas de los clientes que se producen como por ejemplo de experiencias de compras anteriores, opiniones de amistades, familiares, conocidos, líderes de opinión y también promesas que ofrecen los competidores.
3. Los Niveles de Satisfacción: después de realizar la compra de un producto o servicio, los clientes suelen experimentar ciertos niveles de satisfacción ya sea insatisfecho, satisfecho o complacido.

Según Grande (2005) señala que la satisfacción del cliente es el resultado de la comparación de la percepción de los beneficios que obtiene con las expectativas que tenía antes de obtener un producto o servicio. (p.73)

Las dimensiones para este autor son:

Percepción: Proceso cognitivo en el cual el individuo capta información.

Expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo.

Según Quijano (2004) menciona que la satisfacción del cliente no solo depende de la calidad de servicio sino también de las expectativas que tenga el cliente. En el cual el cliente se sentirá satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Es decir, si las expectativas del cliente respecto al servicio son bajas el cliente se sentirá satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes. (p 104)

Para el presente autor las dimensiones son las siguientes: Expectativas y niveles de satisfacción.

1.4. Formulación del Problema

Problema general

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

Problema específico

¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórico

Esta investigación es importante debido a que se pretende corroborar si las dimensiones de los teóricos Parasuraman, A. Berry, LL. y Ziethaml, V. se ajustan al contexto de la realidad para la empresa LESCANO VETS así mismo para las dimensiones del teórico Kotler P.

Justificación práctica

Por medio de esta investigación se obtendrá información importante de los clientes de la veterinaria Lescano Vets respecto a la calidad de servicio que se les brinda, con el fin de utilizar los resultados de la investigación para solucionar la problemática en la veterinaria.

Justificación metodológica

La aplicación de esta investigación se realizará con la participación de los clientes de la veterinaria Lescano Vets mediante una encuesta, para poder recopilar información que será de gran utilidad con el fin de diagnosticar problemas y dar soluciones a los mismos. Los instrumentos de esta investigación fueron validados por expertos en la materia y a su vez pasaron la prueba de confiabilidad mediante el estadístico del alfa de cronbach, lo cual servirán a futuras investigaciones.

Justificación social

Esta investigación dará a conocer cuáles son los errores frecuentes en la veterinaria respecto a la calidad de servicio, y así tomar las medidas que sean necesarias para conseguir la satisfacción del cliente ya que los clientes son la razón de ser de la empresa.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Hipótesis específico

Existe una relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Existe una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Existe una relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

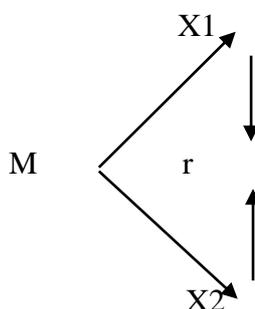
Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Según Hernández y Baptista (2014) nos dice que “el diseño de una investigación no experimental, será aquel en el cual no se manipula las variables, de tal manera que los fenómenos sucedan tal y cual se dan naturalmente para después analizarlos” (p. 152).

Esta investigación utilizó un diseño no experimental de manera descriptiva correlacional para determinar el grado de relación entre las dos variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS.



M: Muestra.

X1: Calidad De Servicio

X2: Satisfacción Del Cliente.

r: Coeficiente de correlación entre las variables.

2.2. Variables, operacionalización

Según Vara, A (2006) indica que “La variable son propiedades o características de los objetos que asumen distintos valores” (p.144).

Variable 1: Calidad De Servicio

Según Parasuraman, Berry y Zeithami (1993) la calidad de servicio “es un juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido” (p.16).

Variable 2: Satisfacción de los clientes

Según Kotler (2001) la satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas" (p. 94).

Tabla 1

Operacionalización de la variable calidad de servicio

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Número de Items	Escala de medición
CALIDAD DE SERVICIO	Parasuraman, A. Berry, LL. y Ziethaml, V. (1993) La calidad de servicio "es un juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido"	la variable de la calidad de servicio se llevara a cabo mediante las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.	Elementos tangibles	Instalaciones	1,2	ORDINAL TIPO LIKERT
				Aspectos de los trabajadores	3,4	
				Aspecto de los equipos	5,6	
			Fiabilidad	instalaciones seguras	7,8	
				Percepción del servicio recibido	9,10	
				Comunicación precisa	11,12	
			Capacidad de respuesta	Información oportuna	13,14	
				Disponibilidad del personal	15,16	
				Información apropiada del servicio	17,18	
			Seguridad	Comportamiento confiable de los trabajadores	19,20	
				Personal calificado	21,22	
				Comprensión del usuario	23,24,25	
				Atención personalizada	26,27	
			Empatía	Horarios de atención flexibles	28,29	
Comprensión de necesidades	30					

Tabla 2

Operacionalización de la variable satisfacción del cliente

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Número de Ítems	Escala de medición
SATISFACCION DE LOS CLIENTES	Kotler P. (2001). Define la satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.	la variable satisfacción del cliente se llevara a cabo mediante las dimensiones del rendimiento percibido, las expectativas, los niveles de satisfacción.	El Rendimiento Percibido	interacción	1,2,3,4	ORDINAL TIPO LIKERT
				recomendación	5,6	
				diferenciación	7,8,9,10	
				calidad	11,12	
			Las Expectativas	Elevadas	13,14,15	
				Moderadas	16,17,18	
				Bajas	19,20,21	
			Los Niveles de Satisfacción	satisfecho	22,23,24	
				insatisfecho	25,26,27	
				complacencia	28,29,30	

2.3. Población y muestra

Población:

En la clínica veterinaria LESCANO VETS se recibe aproximadamente 140 clientes al mes, ya sea para tratamiento, consulta o por requerimiento de baños, este dato se recopila de acuerdo a las boletas emitidas mensualmente.

Muestra:

Para determinar la muestra se empleará la siguiente formula:

N =	140	$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$
Z =	1.96	
P =	0.5	
Q =	0.5	
d =	0.05	
n =	102.802967	

Figura 1. Cálculo de la muestra

En la Figura 1 se aprecia el cálculo de la muestra la cual se ha hallado mediante el paquete estadístico Excel, en el cual se obtiene que la muestra para el presente estudio estará compuesta por 102 clientes del Centro Médico Veterinario Lescano Vets.

Criterios de inclusión

Son todos los clientes de la clínica veterinaria LESCANO VETS.

Criterios de exclusión

Aquellos clientes que no acudan a la veterinaria LESCANO VETS.

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

Técnica de recolección: La encuesta. Hernández, Fernández y Baptista (2006) señalan que “recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p. 174).

La encuesta es un procedimiento mediante en el cual se recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado.

Instrumento de recolección: El cuestionario. Hernández et al. (2006) señalan que “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 310).

El cuestionario es un documento en el cual consta de un conjunto de preguntas para obtener toda la información necesaria respecto a las variables en cuestión.

Para la validación y confiabilidad del instrumento será realizada de la siguiente manera:

Validez: Hernández et al. (2006) señalan que “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p.277).

El instrumento estará validado por un juicio de expertos consistiendo de dos metodólogos, y un teólogo.

Tabla 3

Validación por juicio de expertos de la primera variable: Calidad de servicio

CRITERIOS	METODOLOGO		TEMATICO			TOTAL
	CARDEN AS CANALES DANIEL	YURI MARTINE Z A.	ROMER O PACOR A JESUS	SUASNABA R UGARTE FEDERICO	LUIS ALBERT O FLORES B.	
CLARIDAD	80%	73%	76%	75%	80%	384%
OBJETIVIDAD	80%	74%	74%	75%	80%	383%
PERTINENCIA	80%	74%	72%	75%	80%	381%
ACTUALIDAD	80%	73%	74%	75%	80%	382%
ORGANIZACIÓN	80%	75%	76%	75%	80%	386%
SUFICIENCIA	80%	74%	74%	75%	80%	383%
INTENCIONALIDAD	80%	73%	72%	75%	80%	380%
CONSISTENCIA	80%	72%	74%	75%	80%	381%
COHERENCIA	80%	74%	78%	75%	80%	387%
METODOLOGIA	80%	75%	76%	75%	80%	386%
TOTAL						3833%
Calculo de validez		3839/(10*5)		= 0.7678		
				x 100%		
				= 76.78		

Tabla 4

Validación por juicio de expertos de la segunda variable: satisfacción del cliente

CRITERIOS	METODOLOGO		TEMATICO			TOTAL
	CARDEN AS CANALES DANIEL	YURI MARTINE Z A.	ROMER O PACOR A JESUS	SUASNAB AR UGARTE FEDERICO	LUIS ALBERT O FLORES B.	
CLARIDAD	80%	72%	76%	75%	80%	383%
OBJETIVIDAD	80%	74%	74%	75%	80%	383%
PERTINENCIA	80%	73%	72%	75%	80%	380%
ACTUALIDAD	80%	73%	74%	75%	80%	382%
ORGANIZACIÓN	80%	75%	76%	75%	80%	386%
SUFICIENCIA	80%	73%	74%	75%	80%	382%
INTENCIONALIDAD	80%	74%	72%	75%	80%	381%
CONSISTENCIA	80%	75%	74%	75%	80%	384%
COHERENCIA	80%	75%	78%	75%	80%	388%
METODOLOGIA	80%	74%	76%	75%	80%	385%
TOTAL						3834%

$$\begin{array}{r}
 \text{Calculo de} \\
 \text{validez} \\
 \hline
 3839/(10*5) = 0.7668 \\
 \hline
 \times 100\% \\
 \hline
 = 76.68 \\
 \hline
 \end{array}$$

Confiabilidad: Hernández et al. (2006) señalan que “se refieren al grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 277).

Sera a través del Alfa de Cronbach con un mínimo de 0.70 de confiabilidad para obtener un mejor resultado y que el instrumento pueda ser aplicado.

Tabla 5

Fiabilidad de la variable Calidad de servicio

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,819	30

Tabla 6
Fiabilidad de la variable. Satisfacción del cliente

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,889	30

2.5. Métodos de análisis de datos

Se implementará la estadística inferencial. Hernández et al. (2006) señalan que para la estadística inferencial “Los parámetros no son calculados, porque no se recolectan datos de toda la población, pero pueden ser inferidos de los estadígrafos” (p. 443).

2.6. Aspectos éticos:

Esta investigación será realizada con total veracidad, así mismo manteniendo en el anonimato los clientes encuestados para evitar generar molestias y así puedan responder a las preguntas con total tranquilidad y sinceridad.

Además, el presente proyecto de investigación pasará por el turnitin en el cual tiene un máximo de 25% para demostrar el grado de autenticidad de esta investigación.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis estadísticos descriptivos

3.1.1. Tablas cruzadas de variables

Tabla 7

Tabla de contingencia calidad de servicio y satisfacción del cliente

		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
CALIDAD DE SERVICIO	MUY MALO	Recuento	1	0	0	1
		% del total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	MALO	Recuento	49	26	0	75
		% del total	48,0%	25,5%	0,0%	73,5%
	REGULAR	Recuento	2	21	2	25
		% del total	2,0%	20,6%	2,0%	24,5%
	BUENO	Recuento	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	1,0%	1,0%
Total		Recuento	52	47	3	102
		% del total	51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo general en la investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 4 se visualiza que el solo el 1 % de clientes indican que la calidad de servicio y satisfacción del cliente en la veterinaria Lescano Vets es buena; el 20,6% de clientes indican que la calidad de servicio es regular y de igual forma la satisfacción del cliente; por último, el 48% de clientes indican que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes es mala .

Por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la calidad de servicio de la veterinaria es mala con un 73,5%, y la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

3.1.2. Tablas cruzadas por dimensiones

Tabla 8

Tabla de contingencia elementos tangibles y satisfacción del cliente

		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
ELEMENTOS TANGIBLES	MUY MALO	Recuento	14	0	0	14
		% del total	13,7%	0,0%	0,0%	13,7%
	MALO	Recuento	38	27	0	65
		% del total	37,3%	26,5%	0,0%	63,7%
	REGULAR	Recuento	0	20	0	20
		% del total	0,0%	19,6%	0,0%	19,6%
	BUENO	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,9%	2,9%
	Total	Recuento	52	47	3	102
		% del total	51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico en la investigación es determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 5 se visualiza que solo el 2,9% de clientes indican que los elementos tangibles y satisfacción del cliente en la veterinaria es buena; el 19,6% de clientes indican que los elementos tangibles son regulares y de igual forma la satisfacción del cliente; por último, el 37,3% de clientes indican que los elementos tangibles y la satisfacción de los clientes son malos .

Entonces, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que los elementos tangibles de la veterinaria son malos con un 63,7% por ende, la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

Tabla 9

Tabla de contingencia fiabilidad y satisfacción del cliente

			SATISFACCION DEL CLIENTE			Total
			MALO	REGULAR	BUENO	
FIABIIDAD	MUY MALO	Recuento	24	5	0	29
		% del total	23,5%	4,9%	0,0%	28,4%
	MALO	Recuento	26	34	2	62
		% del total	25,5%	33,3%	2,0%	60,8%
	REGULAR	Recuento	2	8	1	11
		% del total	2,0%	7,8%	1,0%	10,8%
Total	Recuento		52	47	3	102
	% del total		51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico en la investigación es determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 6 se visualiza que el 46,1% de clientes indican que la fiabilidad y satisfacción del cliente en la veterinaria es regular; el 25,5% de clientes indican que la fiabilidad es mala y de igual forma la satisfacción del cliente.

Entonces, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la fiabilidad de la veterinaria es mala con un 60,8% por ende, la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

Tabla 10
 Tabla de contingencia capacidad de respuesta y satisfacción del cliente

			SATISFACCION DEL CLIENTE			Total
			MALO	REGULAR	BUENO	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	MUY MALO	Recuento	14	0	0	14
		% del total	13,7%	0,0%	0,0%	13,7%
	MALO	Recuento	38	27	0	65
		% del total	37,3%	26,5%	0,0%	63,7%
	REGULAR	Recuento	0	20	0	20
		% del total	0,0%	19,6%	0,0%	19,6%
	BUENO	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,9%	2,9%
Total	Recuento		52	47	3	102
	% del total		51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico en la investigación es determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 7 se visualiza que solo el 2,9% de clientes indican que la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente en la veterinaria es buena; el 19,6% de clientes indican que la capacidad de respuesta son regulares y de igual forma la satisfacción del cliente; por último, el 37,3% de clientes indican que la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes son malos .

Entonces, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la capacidad de respuesta de la veterinaria es mala con un 63,7% por ende, la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

Tabla 11
 Tabla de contingencia seguridad y satisfacción del cliente

		SATISFACCION DEL CLIENTE			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
SEGURID	MUY	Recuento	11	0	0	11
AD	MALO	% del total	10,8%	0,0%	0,0%	10,8%
	MALO	Recuento	36	26	0	62
		% del total	35,3%	25,5%	0,0%	60,8%
	REGULAR	Recuento	5	17	2	24
		% del total	4,9%	16,7%	2,0%	23,5%
	BUENO	Recuento	0	4	1	5
		% del total	0,0%	3,9%	1,0%	4,9%
Total		Recuento	52	47	3	102
		% del total	51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico en la investigación es determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 8 se visualiza que solo el 1% de clientes indican que la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria es buena; el 16,7% de clientes indican que la seguridad es regular y de igual forma la satisfacción del cliente; por último, el 35,3% de clientes indican que la seguridad y la satisfacción de los clientes son malos .

Entonces, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la seguridad de la veterinaria es mala con un 60,8% por ende, la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

Tabla 12

Tabla de contingencia empatía y satisfacción del cliente

		SATISFACCION DEL CLIENTE			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
EMPATIA	MUY MALO	Recuento	26	17	0	43
		% del total	25,5%	16,7%	0,0%	42,2%
	MALO	Recuento	26	11	0	37
		% del total	25,5%	10,8%	0,0%	36,3%
	REGULAR	Recuento	0	19	0	19
		% del total	0,0%	18,6%	0,0%	18,6%
	BUENO	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,9%	2,9%
Total		Recuento	52	47	3	102
		% del total	51,0%	46,1%	2,9%	100,0%

Interpretación:

El objetivo específico en la investigación es determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, en la tabla 9 se visualiza que solo el 2,9% de clientes indican que la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria es buena; el 18,6% de clientes indican que la empatía es regular y de igual forma la satisfacción del cliente; por último, el 25,5% de clientes indican que la empatía y la satisfacción de los clientes son malos.

Entonces, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la empatía de la veterinaria es mala con un 36,3% por ende, la satisfacción del cliente también es mala con un 51%.

3.2. Análisis estadístico inferencial

3.2.1. Contrastación de Hipótesis General

H₀: No existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

H_a: Existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 13

Prueba de Rho de Spearman de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

Correlaciones				
			CALIDAD DE SERVICIO	SATISFACCION DEL CLIENTE
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,729**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	102	102
	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,729**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	102	102

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dado el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,729$, Sig. (Bilateral) = 0.000; ($p \leq 0.05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación moderada entre la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

3.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica 1

Ho: No existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.

Ha: Existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.

Tabla 14

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión elementos tangibles de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

Correlaciones				
		ELEMENTOS TANGIBLES		SATISFACCION DEL CLIENTE
Rho de Spearman	ELEMENTOS TANGIBLES	Coeficiente de correlación	1,000	,980**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	102	102
	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,980**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	102	102

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,980$, Sig. (Bilateral) = 0.000; ($p \leq 0.05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación fuerte o perfecta entre la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

3.2.3. Contratación de la Hipótesis Específica 2

Ho: No existe una relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Ha: Existe una relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 15

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión fiabilidad de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

Correlaciones				
			FIABILIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE
Rho de Spearman	FIABILIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,588**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	102	102
Spearman	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coefficiente de correlación	,588**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	102	102

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0.588$, Sig. (Bilateral) = 0.000; ($p \leq 0.05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación moderada entre la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

3.2.4. Contratación de la Hipótesis Específica 3

Ho: No existe una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Ha: Existe una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 16

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión capacidad de respuesta de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

Correlaciones				
			CAPACIDAD DE RESPUESTA	SUMA SATISFACCI ON DEL CLIENTE
Rho de Spearman	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 102	,980** ,000 102
	SUMA SATISFACCION DEL CLIENTE	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,980** ,000 102	1,000 . 102

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En este caso se muestra en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,980$, Sig. (Bilateral) = $0,000$; ($p \leq 0,05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación fuerte o perfecta entre la dimensión capacidad de respuesta de la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

3.2.5. Contrastación de la Hipótesis Específica 4

Ho: No existe una relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Ha: Existe una relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 17

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión seguridad de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

Correlaciones				
			SEGURIDAD	SUMA SATISFACCIO N DEL CLIENTE
Rho de Spearman	SEGURIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,701**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	102	102
	SUMA SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,701**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	102	102

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En este caso se muestra en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,701$, Sig. (Bilateral) = 0,000; ($p \leq 0.05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación moderada entre la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

3.2.6. Contrastación de la Hipótesis Específica 5

Ho: No existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Ha: Existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017

Tabla 18

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión empatía de la variable Calidad de Servicio y la variable Satisfacción al Cliente.

		Correlaciones	
		EMPATIA(V1D5)	SATISFACCION DEL CLIENTE
Rho de Spearman	EMPATIA	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,334**
		N	102
	SATISFACCION DEL CLIENTE	Coeficiente de correlación	,334**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	102

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Como se muestra en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0.334$, Sig. (Bilateral) = 0.001; ($p \leq 0.05$), hemos encontrado evidencias para aceptar la hipótesis alterna y considerando la variación del coeficiente de correlación positivo, de 0 a 1 en una escala de cuatro categorías: escasa o nula (0.00 a 0.25), débil (0.26 a 0.50), Moderada (0.51 a 0.75) y fuerte o perfecta (0.76 a 1.00); vemos que la calificación demuestra que existe una correlación escasa o nula entre la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente.

IV. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa LESCANO VETS en el distrito de San Juan

de Lurigancho durante el año 2017. Del mismo modo se busca determinar la relación entre cada una de las dimensiones de la variable calidad de servicio (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), con la variable satisfacción del cliente.

La mayor limitante de la investigación es que está circunscrita a los clientes, por ello los resultados solo podrán ser inferidos a este grupo de clientes. Además, es necesario recordar que esta empresa está dedicada a la atención, cuidado y diagnóstico veterinario para los clientes de la veterinaria.

Los cuestionarios empleados a los clientes de la veterinaria se elaboraron en base a los clientes de la misma han, estos cuestionarios fueron validados por cinco expertos de la Universidad Cesar Vallejo con una calificación del 76%, se calcula la confiabilidad con una alfa de Cronbach de 0,819 para el cuestionario de calidad de servicio y 0,889 para el cuestionario de satisfacción del cliente.

Contrastando la hipótesis general, hemos encontrado evidencias para aceptar la dicha hipótesis, donde la correlación Rho de Spearman es de 0,729 y la Sig. (Bilateral) es 0.000; lo cual nos permite afirmar que existe una relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente. Estos resultados son similares al estudio de Ñahuirima (2015) en su tesis titulado calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas. Provincia de Andahuaylas, después de analizar los resultados afirma que existe relación entre ambas variables ya que el nivel de significancia es 0.000 y el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.841 lo cual significa que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas. Lo cual también coincide con la investigación realizada por Jara (2016) en su tesis titulada calidad de servicio y satisfacción de los pacientes del centro de salud José Carlos Mariátegui turno mañana, San Juan de Lurigancho año 2016 en la cual se obtuvo como resultado que si existe una relación fuerte o perfecta entre las variables de estudio ya que el nivel de significancia es de 0.000 y el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.752. Por otro lado, en la investigación realizada por Arteaga (2015) en su tesis titulada calidad de servicio y satisfacción en las pollerías de la avenida Wiese de San Juan de Lurigancho 2015, se observa que los resultados obtenidos son diferentes a los anteriores, arrojando una la correlación de Spearman de -0.035 y una significancia estadística de 0,735 lo cual evidencia

que no hay una correlación entre las variables de estudio; por lo tanto, en esta investigación se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Respecto a los resultados que se obtuvieron al correlacionar la dimensión elementos tangibles de la variable calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente se encontraron evidencias para aceptar la hipótesis alterna, debido a que el valor de significancia es de 0,000 y el índice de correlación es de 0,980, lo cual evidencia que existe una relación significativa entre ambas; estos resultados son similares con los resultados obtenidos por Ñahuirima (2015) en el que se observa que el nivel de significancia es de 0.000 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.644 por lo cual obtuvo evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene la relación entre ambas. De igual forma sucede con los resultados obtenidos por Jara (2016) en la cual se evidencia que existe correlación entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción de los clientes con un nivel de significancia de 0.000 y con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.439. A diferencia de lo obtenido por Arteaga (2015) en la cual consta que no existe correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente y su vez rechaza la hipótesis alterna de acuerdo a los resultados con un nivel de significancia de 0.070 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,186.

Para el caso de la correlación de la dimensión fiabilidad de la variable calidad de servicio con la satisfacción del cliente se encontraron evidencias para aceptar la hipótesis alterna con una correlación Rho de Spearman ($Rho=0.588$, Sig. (Bilateral) = 0.000, de acuerdo a esos resultados podemos afirmar que existe una relación moderada entre la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio con la variable satisfacción del cliente; estos resultados son similares con los resultados obtenidos por Ñahuirima (2015) en el que se observa que el nivel de significancia es de 0.000 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.644 por lo cual obtuvo evidencia estadística para aceptar la hipótesis que sostiene relación entre ambas. También hay cierta similitud en los resultados obtenidos de Jara (2016) que obtiene una correlación de Rho Spearman es de 0.667 con una significancia bilateral de 0.000 ($p \leq 0.05$) en base a estos resultados la autora menciona que si hay correlación entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes y por ende acepta la hipótesis. A diferencia de Arteaga (2015) que obtiene resultados para rechazar la hipótesis e indicar que no hay correlación entre la fiabilidad y la satisfacción

de los clientes con un nivel de significancia de 0.625 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de - 0.050.

En el caso de la dimensión capacidad de respuesta con la variable satisfacción del cliente se hallaron evidencias para aceptar la hipótesis alterna mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,980$, Sig. (Bilateral) = 0,000; ($p \leq 0.05$), se puede afirmar que ambas tienen una correlación fuerte o perfecta; estos resultados difieren un poco con los resultados obtenidos por Ñahuirima (2015) en el que se observa que el nivel de significancia es de 0.000 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.274 si bien es cierto hay una correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes lo cual es evidencia para aceptar la hipótesis que sostiene la relación entre ambas pero cabe resaltar que la correlación que existe es débil. Por otro lado, los resultados de Arteaga (2015) son totalmente diferentes a los resultados antes mencionados ya que se encontraron evidencias para indicar que no existe correlación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente con una significancia de 0.900 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de - 0.013; el autor de aquella investigación rechaza la hipótesis alterna.

En el caso de la dimensión seguridad con la satisfacción del cliente se hallaron evidencias para aceptar la hipótesis alterna mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0,701$, Sig. (Bilateral) = 0,000; ($p \leq 0.05$), se puede afirmar que ambas tienen una correlación moderada; estos resultados son similares a los obtenidos por Jara (2016) en la cual obtiene como resultado una significancia de 0.000 donde $p \leq 0.05$ y una correlación de 0.532, la cual evidencia que hay una correlación moderada entre ambas y por ende se acepta la hipótesis alterna; ambos resultados difieren con los resultados obtenidos por Arteaga (2015) en el que se observa que el nivel de significancia es de 0.578 y el coeficiente de correlación de Rho Spearman es de 0.058, por ende el autor indica que no existe una correlación entre la seguridad y la satisfacción de los clientes rechazando la hipótesis alterna.

Por último, para el caso de la correlación de la dimensión empatía y la satisfacción del cliente, se encontraron evidencias para aceptar la hipótesis alterna, mediante la prueba estadística de correlación Rho de Spearman ($Rho=0.334$, Sig. (Bilateral) = 0.001; ($p \leq 0.05$), cabe mencionar que la correlación que existe entre ambas es una correlación débil; estos

resultados difieren también con los resultados obtenidos por Ñahuirima (2015) ya que acepta la correlación entre ambas con un nivel de significancia de 0.018 y una correlación de Rho Spearman es de 0.560, esta correlación que existe es una correlación moderada; además Jara (2016) en su investigación obtiene resultados para indicar que ambas están correlacionadas con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.645 y un nivel de significancia de 0.000 aceptando con ello la hipótesis alterna. Por otro lado, se observa que Arteaga (2015) obtiene resultados diferentes en la cual evidencia que no existe correlación con una correlación de Spearman de - 0,001 y rechaza la hipótesis alterna con una significancia de 0,991.

V. CONCLUSIONES

Primera: En cuanto al objetivo general, vemos que existen evidencias para indicar que existe una correlación moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria Lescano Vets, esto se puede afirmar de acuerdo a los resultados obtenidos según la correlación Rho de Spearman de 0.729 y un nivel de significancia de 0,000 (bilateral) siendo $p \leq 0,05$.

Segunda: Los elementos tangibles de la veterinaria están relacionados con la variable satisfacción de los clientes, según la correlación Rho de Spearman de 0.980 representando este resultado como fuerte o perfecta, con una significancia estadística de $p=0.000$.

Tercera: Por otro lado, de acuerdo al segundo objetivo específico se ha determinado que existe una correlación moderada entre la dimensión fiabilidad con la variable satisfacción del cliente, según los resultados la correlación Rho de Spearman es de 0.588 y tiene un nivel de significancia de 0.000.

Cuarta: En cuanto al tercer objetivo específico se ha determinado que existe una correlación fuerte o perfecta entre la capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente de la veterinaria, hallando como resultado un nivel de significancia de 0,000 y una correlación Rho de Spearman 0,980.

Quinto: En el cuarto objetivo específico los resultados obtenidos evidencian que, si existe una correlación moderada entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción de los clientes, ya que se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 y una correlación Rho de Spearman 0,701.

Sexta: Por último, en cuanto al quinto objetivo específico se ha determinado que existe una cierta correlación entre la empatía y la variable satisfacción de los clientes, se obtuvo un nivel de significancia de 0.001 y una correlación Rho de Spearman de 0.334. Cabe resaltar que la correlación que existe entre ambas es escasa o nula.

VI. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se dará las siguientes recomendaciones:

Primera: Según lo observado en la presente investigación se detectó que la veterinaria Lescano Vets no cuenta con instrumentos de seguridad idóneos para la atención y cuidado de las mascotas generando como consecuencias la baja fiabilidad de los clientes que buscan una atención de calidad. Por ello se recomienda realizar un plan de inversión que tenga como objetivo la adquisición de nuevos instrumentos con la finalidad de brindar mayor seguridad.

Segunda: De acuerdo a lo observado los colaboradores de la veterinaria Lescano Vets tienen poca iniciativa para atender las inquietudes de los clientes, por ello se recomienda realizar reuniones de trabajo donde se escuche y se planteen normativas de atención con la finalidad de generar un alto grado de satisfacción en los clientes.

Tercera: Los colaboradores de la veterinaria Lescano Vets no demuestran un alto grado de organización en el servicio ya que no cuenta con un procedimiento establecido en la ejecución de sus funciones. Es por ello que se recomienda elaborar un manual de funcionamiento con el fin de cubrir las necesidades de los clientes.

Cuarta: Según el estudio realizado se observó que los clientes no están a gusto con el servicio que ofrece la veterinaria por lo cual se recomienda poner mayor énfasis en ello ya que los clientes son la razón de ser de la empresa.

VI. REFERENCIAS

Álvarez, I. (2006), *Introducción A La Calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad.* (Primera edición). España: Ideas propias editorial.

Álvarez, G. (2012), *Satisfacción de los consumidores y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales.* (Tesis para optar el título de Magister en sistemas de calidad de la Universidad Católica Andrés Bello) Venezuela. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

Arteaga (2015) Calidad de servicio y satisfacción en las pollerías de la avenida Wiese de San Juan de Lurigancho 2015. (Tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo.

Bejarano, L. (2016). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital Santiago de Cao. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración de la Universidad Cesar Vallejo) Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/UCV/421/1/bejarano_chl.pdf

Caballero, A. (2016). Calidad del Servicio y la Satisfacción del Usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir, Trujillo. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración de la Universidad Cesar Vallejo) Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/UCV/422/1/caballero_na.pdf

Calidad certificada (2014). Recuperado de <http://www.colvema.org/calidadveterinaria/blog/?p=512>

Chiluisa, J. (2015). *La calidad de servicios y la satisfacción de los clientes de la empresa yambo tours C.A. de la ciudad de Latacunga*. (Tesis de licenciatura) Universidad técnica de Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10085/1/269%20MKT.pdf>

Coloma, N. (2013). Influencia de la calidad de atención en la satisfacción del usuario, en la agencia de seguros Jesús María de Essalud, del distrito de Jesús María. (Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Cesar Vallejo) Perú.

Evaluación de la calidad en el servicio (2005). Obtenido de: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/consultoria/servqual.pdf>

Grande I. (2005). Marketing de los servicios. (Cuarta edición). Madrid: Esic Editorial.

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2006) Metodología de la investigación. (Cuarta edición). México: McGraw-Hill interamericana editores.

Jara, R. (2016). Calidad de servicio y satisfacción de los pacientes del centro de salud José Carlos Mariátegui, turno mañana, San Juan de Lurigancho, 2016. (Tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo

Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*. (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional José María Arguedas. Recuperado de:

http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., y Berry, L. (1988). *A conceptual model of servicequality and its implications for future research. Journal of Marketing,*

Philip, K. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. (Octava edición). EE.UU.: editorial ESAN

Pizzo, M. (2013). *Cómo servir con excelencia. Un sistema al alcance de su equipo de trabajo*. (Primera edición). Argentina: Editorial académica española.

Quijano, V. (2004). *Mida eficazmente la satisfacción del cliente*. (Primera edición). México: Sistemas de Información Contable y Administrativa Computarizada.

Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, Sede Huehuetenango*. (Tesis de licenciatura) Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>

RPP NOTICIAS (2016). Recuperado de

<http://rpp.pe/campanas/branded-content/solo-el-1-de-empresas-en-peru-cuenta-con-sistemas-de-gestion-de-calidad-noticia-977089>

Velasco, V. (2011). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del comisariato FECOS de la ciudad de Salcedo*. (Tesis de titulación) Universidad Técnica De Ambato, Ecuador. Recuperado de

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1112/1/418%20Ing.>

VII. ANEXOS

Instrumentos

CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

El presente documento es anónimo y de estricta confiabilidad, para el desarrollo de la investigación de Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, San Juan de Lurigancho 2017, por ello se le pide su colaboración respondiendo con veracidad a las preguntas que se indican marcando con una “x” las respuestas que usted considere posible en el siguiente cuestionario. Teniendo en cuenta los indicadores de la variable, aplique la siguiente escala:

- (1) Nunca
 (2) Casi nunca
 (3) A veces
 (4) Casi siempre
 (5) Siempre

DIMENSIÓN	ITEMS	CALIDAD DE SERVICIO	1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES	INSTALACIONES						
	1	¿Las instalaciones de la veterinaria son agradables y atractivas?					
	2	¿Considera usted que la sala de espera es adecuado para la recepción de sus clientes?					
	TRABAJADORES						
	3	¿Percibe usted que los trabajadores de la veterinaria son empáticos en la atención de los usuarios?					
	4	¿Los colaboradores de la veterinaria se presentan correctamente uniformados?					
	EQUIPOS						
	5	¿La veterinaria posee equipos de última generación para atender a sus clientes?					
6	¿La veterinaria implementa adecuadamente sus instalaciones con equipos modernos?						
FIABILIDAD	INSTALACIONES SEGURAS						
	7	¿La veterinaria posee instrumentos de seguridad ?					
	8	¿Las instalaciones de la veterinaria muestran seguridad ?					
	PERCEPCION DEL SERVICIO RECIBIDO						
	9	¿El servicio responde a lo que usted esperaba?					
	10	¿Los servicios que presta la veterinaria responde a sus expectativas?					
	COMUNICACIÓN PRECISA						
	11	¿Los médicos veterinarios son precisos al momento de dar una indicación o una receta?					
12	¿Los colaboradores de la veterinaria responden a sus preguntan de manera precisa?						

CAPACIDAD DE RESPUESTA	INFORMACION OPORTUNA											
	13	¿Los médicos veterinarios le informan oportunamente sobre la salud de su mascota?										
	14	¿El personal de la veterinaria le informa respecto a los pasos que debe seguir en un tratamiento?										
	DISPONIBILIDAD DEL PERSONAL											
	15	¿Los colaboradores de la veterinaria siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes?										
	16	¿Los colaboradores de la veterinaria se encuentran a disposición para atender sus inquietudes?										
	INFORMACION APROPIADA DEL SERVICIO											
	17	¿El personal demuestran estar capacitados para ofrecer un servicio de calidad?										
18	¿Los trabajadores brindan información adecuada respecto a los productos y servicios que ofrece la veterinaria?											
SEGURIDAD	COMPORTAMIENTO CONFIABLE DE LOS TRABAJADORES											
	19	¿El comportamiento de los ayudantes veterinarias me inspiran confianza?										
	20	¿El comportamiento de los profesionales de la veterinaria me inspira confianza?										
	PERSONAL CALIFICADO											
	21	¿Los colaboradores demuestran capacidad de organización del servicio?										
	22	¿Los colaboradores de la veterinaria está calificado para las tareas que realiza?										
	COMPRESION DEL USUARIO											
	23	¿La veterinaria comprende sus necesidades de acuerdo al requerimiento de su mascota?										
24	¿Los colaboradores demuestran igualdad para todos sus clientes?											
25	¿Los profesionales de la veterinaria recogen de forma adecuada mis quejas y sugerencias como usuario?											
EMPATIA	ATENCION PERSONALIZADA											
	26	¿El personal de la veterinaria me ha dado un trato personalizado?										
	27	¿El personal de la veterinaria se preocupa por los intereses de sus clientes?										
	HORARIOS DE ATENCION FLEXIBLES											
	28	¿La veterinaria tiene horarios accesible de acuerdo a mis necesidades como usuario?										
	29	¿La veterinaria está dispuesta a atender en horas no programadas por situaciones de emergencia?										
	COMPRESION DE NECESIDADES											
30	¿Los profesionales de la veterinaria comprenden cuáles son mis necesidades?											

CUESTIONARIO DE SATISFACCION DEL CLIENTE

El presente documento es anónimo y de estricta confiabilidad, para el desarrollo de la investigación de Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes en la veterinaria Lescano Vets, San Juan de Lurigancho 2017, por ello se le pide su colaboración respondiendo con veracidad a las preguntas que se indican marcando con una “x” las respuestas que usted considere posible en el siguiente cuestionario. Teniendo en cuenta los indicadores de la variable, aplique la siguiente escala:

- (1) Nunca
 (2) Casi nunca
 (3) A veces
 (4) Casi siempre
 (5) Siempre

DIMENSIÓN	ITEMS	SATISFACCION DEL CLIENTE	1	2	3	4	5
RENDIMIENTO PERCIBIDO:	INTERACCION						
	1	¿Hay disponibilidad del personal para atenderle?					
	2	¿Encuentra un trato cordial en los trabajadores de la veterinaria?					
	3	¿Los trabajadores de la veterinaria muestran empatía en su atención?					
	4	¿El medico veterinaria comprende sus necesidades?					
	RECOMENDACIÓN						
	5	¿Recomienda la veterinaria a su conocidos?					
	6	¿Confía en la calidad de servicio para poder recomendarlo?					
	DIFERENCIACION						
	7	¿El empleado realiza bien el servicio desde la primera vez que visito la veterinaria ?					
	8	¿Encuentra la misma calidad de atención en otras veterinarias?					
9	¿Los servicios que ofrece la veterinaria son diferenciados a comparación de otras veterinarias?						
10	¿Accede a los servicios de la veterinaria por la rapidez en que los atienden?						
CALIDAD							
11	¿La calidad de los productos ofertados por la veterinaria, satisface las expectativas del consumidor?						

	12	¿Observa que los servicios cuentan con garantías de calidad en la veterinaria?							
EXPECTATIVAS	EXPECTATIVAS PROMEDIO								
	13	¿Usted obtiene el servicio que esperaba?							
	14	¿La veterinaria cubrió sus expectativas?							
	15	¿Cuándo acude a la veterinaria sabe que encontrara las mejores soluciones ?							
	FIDELIZACION								
	16	¿Encuentra en otras veterinarias lo que encuentra en LESCANO VETS?							
	17	¿Prefiere optar por otras veterinarias?							
	18	¿Cuándo necesita de los servicios médicos veterinarios, su primera opción es la veterinaria Lescano Vets?							
	NECESIDADES								
	19	¿En su primera visita a la veterinaria usted obtuvo el servicio que esperaba en cuanto a sus necesidades?							
	20	¿Los servicios de la veterinaria satisfacen sus necesidades?							
21	¿La veterinaria cubre todas sus necesidades?								
LOS NIVELES DE SATISFACCION	SATISFECHO EN SU TOTALIDAD								
	22	Al concluir la visita al local, ¿Considera que la veterinaria logró satisfacer sus necesidades?							
	23	¿Se encuentra totalmente satisfecho con el servicio brindado por la veterinaria Lescano vets?							
	24	En la actualidad, ¿Que tan satisfecho se encuentra respecto al servicio obtenido por la veterinaria?							
	LEALTAD								
	25	¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?							
	26	¿Cambiaría los productos que brinda la veterinaria por otra veterinaria?							
	27	¿Cambiaría los servicios que brinda la veterinaria por otra veterinaria?							
	COMPLACENCIA								
	28	¿El trato del personal con los usuarios es considerado y amable?							
	29	¿Usted se siente complacido con la calidad de servicio que brinda la veterinaria?							
30	¿Considera que LESCANO VETS es la mejor opción para su mascota?								

Base de datos de as variables

BASES DE DATOS 01																																				
VARIABLE	CALIDAD DE SERVICIO																																			
DIMENSIÓN	ELEMENTOS TANGIBLES						FIABILIDAD						CAPACIDAD DE RESPUESTA						SEGURIDAD						EMPATIA											
SUJETO ^{ITEM}	1	2	3	4	5	6	PP	7	8	9	10	11	12	PP	13	14	15	16	17	18	PP	19	20	21	22	23	24	25	PP	26	27	28	29	30	PP	TOTAL
1	3	3	3	2	2	3	16	3	3	2	3	3	3	17	3	3	2	3	3	2	16	3	3	2	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	15	84
2	2	2	2	2	1	5	14	2	2	2	2	2	2	12	2	2	1	5	2	2	14	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	10	64
3	3	3	2	3	3	4	18	2	2	1	2	3	3	13	3	3	3	4	2	3	18	3	3	1	2	3	2	2	16	1	1	2	1	1	6	71
4	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	14	3	3	2	2	2	12	62
5	2	2	2	3	1	2	12	1	2	1	1	2	2	9	2	2	1	2	2	3	12	2	2	1	1	2	1	2	11	2	2	2	2	2	10	54
6	4	4	4	4	4	3	23	4	1	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	1	25	4	4	4	4	4	20	112
7	2	2	2	3	2	2	13	2	2	1	2	2	2	11	2	2	2	2	2	3	13	2	2	1	2	2	2	2	13	2	2	2	1	2	9	59
8	2	3	2	2	2	3	14	2	2	2	2	2	3	13	2	3	2	3	2	2	14	2	3	2	2	2	2	2	15	2	1	2	2	2	9	65
9	2	2	1	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	1	2	11	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	9	57
10	4	2	4	3	4	3	20	4	4	3	3	4	2	20	4	2	4	3	4	3	20	4	2	3	3	4	4	4	24	3	4	2	4	3	16	100
11	1	4	2	2	2	3	14	1	2	1	1	1	4	10	1	4	2	3	2	2	14	1	4	1	1	1	1	2	11	1	1	2	2	3	9	58
12	3	3	1	4	4	4	19	2	2	1	2	3	3	13	3	3	4	4	1	4	19	3	3	1	2	3	2	2	16	2	1	3	1	2	9	76
13	2	2	2	2	2	3	13	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	2	2	14	2	1	1	2	3	9	61
14	1	2	1	2	1	4	11	1	2	1	2	1	2	9	1	2	1	4	1	2	11	1	2	1	2	1	1	2	10	1	1	2	1	1	6	47
15	3	3	2	4	2	3	17	1	1	1	2	3	3	11	3	3	2	3	2	4	17	3	3	1	2	3	1	1	14	2	2	1	2	1	8	67
16	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	1	2	9	59
17	3	2	2	2	2	3	14	2	2	2	2	3	2	13	3	2	2	3	2	2	14	3	2	2	2	3	2	2	16	2	2	2	2	2	10	67
18	2	3	2	3	2	4	16	2	3	1	2	2	3	13	2	3	2	4	2	3	16	2	3	1	2	2	2	3	15	2	3	2	4	3	14	74
19	2	2	2	2	2	3	13	1	3	2	2	2	2	12	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	3	14	1	4	3	2	2	12	64
20	2	3	2	2	3	3	15	1	2	2	2	2	3	12	2	3	3	3	2	2	15	2	3	2	2	2	1	2	14	2	2	2	3	2	11	67
21	1	3	2	2	1	2	11	2	3	1	2	1	3	12	1	3	1	2	2	2	11	1	3	1	2	1	2	3	13	2	2	1	2	3	10	57
22	2	2	2	3	2	3	14	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	3	2	3	14	2	2	2	2	2	2	2	14	1	2	1	2	3	9	63
23	1	2	1	3	1	3	11	1	2	1	1	1	2	8	1	2	1	3	1	3	11	1	2	1	1	1	1	2	9	2	1	3	3	1	10	49
24	2	2	2	2	2	3	13	2	3	3	3	2	2	15	2	2	2	3	2	2	13	2	2	3	3	2	2	3	17	2	2	2	2	1	9	67
25	3	3	3	3	2	4	18	1	2	2	1	3	3	12	3	3	2	4	3	3	18	3	3	2	1	3	1	2	15	2	2	2	2	2	10	73
26	2	2	2	2	2	4	14	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	4	2	2	14	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	2	2	10	62
27	2	2	2	2	2	4	14	3	2	3	2	2	2	14	2	2	2	4	2	2	14	2	2	3	2	2	3	2	16	2	2	3	2	2	11	69
28	3	3	4	3	3	2	18	4	3	4	4	3	3	21	3	3	3	2	4	3	18	3	3	4	4	3	4	3	24	3	4	3	3	3	16	97
29	3	3	3	2	1	4	16	1	2	3	4	3	3	16	3	3	1	4	3	2	16	3	3	3	4	3	1	2	19	2	2	3	4	4	15	82
30	2	3	2	3	2	4	16	2	2	2	1	2	3	12	2	3	2	4	2	3	16	2	3	2	1	2	2	2	14	2	2	1	2	2	9	67
31	3	3	3	2	2	3	16	1	2	1	2	3	3	12	3	3	2	3	3	2	16	3	3	1	2	3	1	2	15	3	3	3	3	3	15	74
32	2	2	2	2	1	5	14	1	1	1	2	2	2	9	2	2	1	5	2	2	14	2	2	1	2	2	1	1	11	2	2	2	2	2	10	58
33	3	3	2	3	3	4	18	1	2	2	2	3	3	13	3	3	3	4	2	3	18	3	3	2	2	3	1	2	16	1	1	2	1	1	6	71
34	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	14	3	3	2	2	2	12	62
35	2	2	2	3	1	2	12	2	3	1	2	2	2	12	2	2	1	2	2	3	12	2	2	1	2	2	2	3	14	2	2	2	2	2	10	60

36	4	4	4	4	4	3	23	1	3	2	2	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23	4	4	2	2	4	1	3	20	4	4	4	4	4	20	102
37	2	2	2	3	2	2	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	3	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	1	2	9	59
38	2	3	2	2	2	3	14	2	3	1	2	2	3	13	2	3	2	3	2	2	14	2	3	1	2	2	2	3	15	2	1	2	2	2	9	65
39	2	2	1	2	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	1	2	11	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	1	2	9	57
40	4	2	4	3	4	3	20	1	2	1	1	4	2	11	4	2	4	3	4	3	20	4	2	1	1	4	1	2	15	3	4	2	4	3	16	82
41	1	4	2	2	2	3	14	2	3	3	3	1	4	16	1	4	2	3	2	2	14	1	4	3	3	1	2	3	17	1	1	2	2	3	9	70
42	3	3	1	4	4	4	19	1	2	2	1	3	3	12	3	3	4	4	1	4	19	3	3	2	1	3	1	2	15	2	1	3	1	2	9	74
43	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	1	1	2	3	9	59
44	1	2	1	2	1	4	11	3	2	3	2	1	2	13	1	2	1	4	1	2	11	1	2	3	2	1	3	2	14	1	1	2	1	1	6	55
45	3	3	2	4	2	3	17	4	3	4	4	3	3	21	3	3	2	3	2	4	17	3	3	4	4	3	4	3	24	2	2	1	2	1	8	87
46	2	2	2	2	2	3	13	1	2	3	4	2	2	14	2	2	2	3	2	2	13	2	2	3	4	2	1	2	16	2	2	2	1	2	9	65
47	3	2	2	2	2	3	14	2	2	2	1	3	2	12	3	2	2	3	2	2	14	3	2	2	1	3	2	2	15	2	2	2	2	2	10	65
48	2	3	2	3	2	4	16	1	2	1	2	2	3	11	2	3	2	4	2	3	16	2	3	1	2	2	1	2	13	2	3	2	4	3	14	70
49	2	2	2	2	2	3	13	1	1	1	2	2	2	9	2	2	2	3	2	2	13	2	2	1	2	2	1	1	11	1	4	3	2	2	12	58
50	2	3	2	2	3	3	15	1	2	2	2	2	3	12	2	3	3	3	2	2	15	2	3	2	2	2	1	2	14	2	2	2	3	2	11	67
51	1	3	2	2	1	2	11	2	2	2	2	1	3	12	1	3	1	2	2	2	11	1	3	2	2	1	2	2	13	2	2	1	2	3	10	57
52	2	2	2	3	2	3	14	2	3	1	2	2	2	12	2	2	2	3	2	3	14	2	2	1	2	2	2	3	14	1	2	1	2	3	9	63
	1	2	1	3	1	3	11	1	3	2	2	1	2	11	1	2	1	3	1	3	11	1	2	2	2	1	1	3	12	2	1	3	3	1	10	55
54	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	2	1	9	59
55	3	3	3	3	2	4	18	2	3	1	2	3	3	14	3	3	2	4	3	3	18	3	3	1	2	3	2	3	17	2	2	2	2	2	10	77
56	2	2	2	2	2	4	14	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	4	2	2	14	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	10	64
57	2	2	2	2	2	4	14	1	2	1	1	2	2	9	2	2	2	4	2	2	14	2	2	1	1	2	1	2	11	2	2	3	2	2	11	59
58	3	3	4	3	3	2	18	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	2	4	3	18	3	3	3	3	3	2	3	20	3	4	3	3	3	16	89
59	3	3	3	2	1	4	16	1	2	2	1	3	3	12	3	3	1	4	3	2	16	3	3	2	1	3	1	2	15	2	2	3	4	4	15	74
60	2	3	2	3	2	4	16	1	2	2	2	2	3	12	2	3	2	4	2	3	16	2	3	2	2	2	1	2	14	2	2	1	2	2	9	67
61	3	3	3	2	2	3	16	3	2	3	2	3	3	16	3	3	2	3	3	2	16	3	3	3	2	3	3	2	19	3	3	3	3	3	15	82
62	2	2	2	1	5	14	4	3	4	4	2	2	2	19	2	2	1	5	2	2	14	2	2	4	4	2	4	3	21	2	2	2	2	2	10	78
63	3	3	2	3	3	4	18	1	2	3	4	3	3	16	3	3	3	4	2	3	18	3	3	3	4	3	1	2	19	1	1	2	1	1	6	77
64	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	1	2	2	2	13	3	3	2	2	2	12	60
65	2	2	2	3	1	2	12	1	2	1	2	2	2	10	2	2	1	2	2	3	12	2	2	1	2	2	1	2	12	2	2	2	2	2	10	56
66	4	4	4	4	4	3	23	1	1	1	2	4	4	13	4	4	4	3	4	4	23	4	4	1	2	4	1	1	17	4	4	4	4	4	20	96
67	2	2	2	3	2	2	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	2	2	3	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	1	2	9	59
68	2	3	2	2	2	3	14	2	2	2	2	2	3	13	2	3	2	3	2	2	14	2	3	2	2	2	2	2	15	2	1	2	2	2	9	65
69	2	2	1	2	2	2	11	2	3	1	2	2	2	12	2	2	2	2	1	2	11	2	2	1	2	2	2	3	14	2	2	2	1	2	9	57
70	4	2	4	3	4	3	20	1	3	2	2	4	2	14	4	2	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	1	3	18	3	4	2	4	3	16	88
71	1	4	2	2	2	3	14	1	2	2	2	1	4	12	1	4	2	3	2	2	14	1	4	2	2	1	1	2	13	1	1	2	2	3	9	62
72	3	3	1	4	4	4	19	2	3	1	2	3	3	14	3	3	4	4	1	4	19	3	3	1	2	3	2	3	17	2	1	3	1	2	9	78
73	2	2	2	2	2	3	13	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	2	2	14	2	1	1	2	3	9	61
74	1	2	1	2	1	4	11	1	2	1	1	1	2	8	1	2	1	4	1	2	11	1	2	1	1	1	1	2	9	1	1	2	1	1	6	45
75	3	3	2	4	2	3	17	2	3	3	3	3	3	17	3	3	2	3	2	4	17	3	3	3	3	3	2	3	20	2	2	1	2	1	8	79
76	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	1	2	2	10	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	1	2	1	2	12	2	2	2	1	2	9	57
77	3	2	2	2	2	3	14	1	2	2	2	3	2	12	3	2	2	3	2	2	14	3	2	2	2	3	1	2	15	2	2	2	2	2	10	65
78	2	3	2	3	2	4	16	3	2	3	2	2	3	15	2	3	2	4	2	3	16	2	3	3	2	2	3	2	17	2	3	2	4	3	14	78
79	2	2	2	2	2	3	13	4	3	4	4	2	2	19	2	2	2	3	2	2	13	2	2	4	4	2	4	3	21	1	4	3	2	2	12	78

80	2	3	2	2	3	3	15	1	2	3	4	2	3	15	2	3	3	3	2	2	15	2	3	3	4	2	1	2	17	2	2	2	3	2	11	73
81	1	3	2	2	1	2	11	2	2	2	1	1	3	11	1	3	1	2	2	2	11	1	3	2	1	1	2	2	12	2	2	1	2	3	10	55
82	2	2	2	3	2	3	14	1	2	1	2	2	2	10	2	2	2	3	2	3	14	2	2	1	2	2	1	2	12	1	2	1	2	3	9	59
83	1	2	1	3	1	3	11	1	1	1	2	1	2	8	1	2	1	3	1	3	11	1	2	1	2	1	1	1	9	2	1	3	3	1	10	49
84	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	2	1	9	59
85	3	3	3	3	2	4	18	2	2	2	2	3	3	14	3	3	2	4	3	3	18	3	3	2	2	3	2	2	17	2	2	2	2	2	10	77
86	2	2	2	2	2	4	14	2	3	1	2	2	2	12	2	2	2	4	2	2	14	2	2	1	2	2	2	3	14	2	2	2	2	2	10	64
87	2	2	2	2	2	4	14	1	3	2	2	2	2	12	2	2	2	4	2	2	14	2	2	2	2	2	1	3	14	2	2	3	2	2	11	65
88	3	3	4	3	3	2	18	1	2	2	2	3	3	13	3	3	3	2	4	3	18	3	3	2	2	3	1	2	16	3	4	3	3	3	16	81
89	3	3	3	2	1	4	16	2	3	1	2	3	3	14	3	3	1	4	3	2	16	3	3	1	2	3	2	3	17	2	2	3	4	4	15	78
90	2	3	2	3	2	4	16	2	2	2	2	2	3	13	2	3	2	4	2	3	16	2	3	2	2	2	2	2	15	2	2	1	2	2	9	69
91	1	3	2	2	1	2	11	1	2	1	1	1	3	9	1	3	1	2	2	2	11	1	3	1	1	1	1	2	10	1	2	1	2	3	9	50
92	2	2	2	3	2	3	14	2	3	3	3	2	2	15	2	2	2	3	2	3	14	2	2	3	3	2	2	3	17	2	1	3	3	1	10	70
93	1	2	1	3	1	3	11	1	2	2	1	1	2	9	1	2	1	3	1	3	11	1	2	2	1	1	1	2	10	2	2	2	2	1	9	50
94	2	2	2	2	2	3	13	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	1	2	13	2	2	2	2	2	10	60
95	3	3	3	3	2	4	18	3	2	3	2	3	3	16	3	3	2	4	3	3	18	3	3	3	2	3	3	2	19	2	2	2	2	2	10	81
96	2	2	2	2	2	4	14	4	3	4	4	2	2	19	2	2	2	4	2	2	14	2	2	4	4	2	4	3	21	2	2	3	2	2	11	79
97	2	2	2	2	2	4	14	1	2	3	4	2	2	14	2	2	2	4	2	2	14	2	2	3	4	2	1	2	16	3	4	3	3	3	16	74
98	3	3	4	3	3	2	18	2	2	2	1	3	3	13	3	3	3	2	4	3	18	3	3	2	1	3	2	2	16	2	2	3	4	4	15	80
99	3	3	3	2	1	4	16	3	2	3	2	3	3	16	3	3	1	4	3	2	16	3	3	3	2	3	3	2	19	2	2	1	2	2	9	76
100	2	3	2	3	2	4	16	4	3	4	4	2	3	20	2	3	2	4	2	3	16	2	3	4	4	2	4	3	22	3	4	3	3	3	16	90
101	3	3	3	2	1	4	16	1	2	3	4	3	3	16	3	3	1	4	3	2	16	3	3	3	4	3	1	2	19	2	2	3	4	4	15	82
102	2	3	2	3	2	4	16	2	2	2	1	2	3	12	2	3	2	4	2	3	16	2	3	2	1	2	2	2	14	2	2	1	2	2	9	67

VARIABLE		SATISFACCION DEL CLIENTE																																	
DIMENSIÓN	SUJETO / ÍTEM	RENDIMIEMTO PERCIBIDO										EXPECTATIVAS										LOS NIVELES DE SATISFACCION													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	PP	13	14	15	16	17	18	19	20	21	PP	22	23	24	25	26	27	28	29	30	PP	TOTAL
1		3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	32	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	90	
2		2	2	2	1	5	2	2	2	2	1	5	28	2	2	2	2	1	5	3	3	4	24	2	2	2	2	1	5	4	3	4	25	77	
3		3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	36	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	94
4		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	2	2	2	2	2	2	2	4	4	22	2	2	2	2	2	2	3	3	4	22	68	
5		2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	24	2	2	2	3	1	2	2	4	3	21	2	2	2	3	1	2	4	4	3	23	68
6		4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46	4	4	4	4	4	3	2	4	3	32	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	111
7		2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	26	2	2	2	3	2	2	3	4	4	24	2	2	2	3	2	2	4	5	3	25	75
8		2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	28	2	3	2	2	2	3	3	4	2	23	2	3	2	2	2	3	3	3	5	25	76
9		2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	22	2	2	1	2	2	2	3	4	4	22	2	2	1	2	2	2	5	4	3	23	67
10		4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	40	4	2	4	3	4	3	3	4	2	29	4	2	4	3	4	3	3	5	5	33	102
11		1	4	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	28	1	4	2	2	2	3	3	3	4	24	1	4	2	2	2	3	5	3	4	26	78
12		3	3	1	4	4	4	3	3	1	4	4	4	38	3	3	1	4	4	4	2	4	2	27	3	3	1	4	4	4	4	3	3	29	94
13		2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	3	3	4	23	73	
14		1	2	1	2	1	4	1	2	1	2	1	4	22	1	2	1	2	1	4	4	4	23	1	2	1	2	1	4	4	4	3	22	67	
15		3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	2	3	34	3	3	2	4	2	3	3	4	3	27	3	3	2	4	2	3	3	4	4	28	89
16		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	4	5	3	25	75
17		3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	28	3	2	2	2	2	3	2	4	3	23	3	2	2	2	2	3	3	4	5	26	77
18		2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	2	26	2	3	2	3	2	4	5	5	3	29	87
19		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	3	5	5	26	76	
20		2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	30	2	3	2	2	3	3	2	3	3	23	2	3	2	2	3	3	4	3	4	26	79
21		1	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	22	1	3	2	2	1	2	3	4	4	22	1	3	2	2	1	2	4	5	3	23	67
22		2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	28	2	2	2	3	2	3	4	4	4	26	2	2	2	3	2	3	4	5	2	25	79
23		1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	3	22	1	2	1	3	1	3	3	4	3	21	1	2	1	3	1	3	3	5	3	22	65
24		2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	3	23	2	2	2	2	2	3	4	5	4	26	75
25		3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	36	3	3	3	3	2	4	2	4	4	28	3	3	3	3	2	4	3	3	3	27	91
26		2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	3	25	2	2	2	2	2	4	4	5	4	27	80
27		2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	4	26	2	2	2	2	2	4	3	4	3	24	78
28		3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	36	3	3	4	3	3	2	3	4	3	28	3	3	4	3	3	2	5	3	4	30	94
29		3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	1	4	32	3	3	3	2	1	4	4	4	3	27	3	3	3	2	1	4	3	4	4	27	86
30		2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	2	3	2	3	2	4	2	5	3	26	86
31		3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	32	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	90
32		2	2	2	2	1	5	2	2	2	2	1	5	28	2	2	2	2	1	5	3	3	4	24	2	2	2	2	1	5	4	3	4	25	77
33		3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	36	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	94
34		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	2	2	2	2	2	2	2	4	4	22	2	2	2	2	2	2	3	3	4	22	68
35		2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	24	2	2	2	3	1	2	2	4	3	21	2	2	2	3	1	2	4	4	3	23	68

36	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46	4	4	4	4	4	3	2	4	3	32	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	111
37	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	26	2	2	2	3	2	2	3	4	4	24	2	2	2	3	2	2	4	5	3	25	75
38	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	28	2	3	2	2	2	3	3	4	2	23	2	3	2	2	2	3	3	3	5	25	76
39	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	22	2	2	1	2	2	2	3	4	4	22	2	2	1	2	2	2	5	4	3	23	67
40	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	40	4	2	4	3	4	3	3	4	2	29	4	2	4	3	4	3	3	5	5	33	102
41	1	4	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	28	1	4	2	2	2	3	3	3	4	24	1	4	2	2	2	3	5	3	4	26	78
42	3	3	1	4	4	4	3	3	1	4	4	4	38	3	3	1	4	4	4	2	4	2	27	3	3	1	4	4	4	4	3	3	29	94
43	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	3	3	4	23	73
44	1	2	1	2	1	4	1	2	1	2	1	4	22	1	2	1	2	1	4	4	4	4	23	1	2	1	2	1	4	4	4	3	22	67
45	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	2	3	34	3	3	2	4	2	3	3	4	3	27	3	3	2	4	2	3	3	4	4	28	89
46	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	4	5	3	25	75
47	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	28	3	2	2	2	2	3	2	4	3	23	3	2	2	2	2	3	3	4	5	26	77
48	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	2	26	2	3	2	3	2	4	5	5	3	29	87
49	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	3	5	5	26	76
50	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	30	2	3	2	2	3	3	2	3	3	23	2	3	2	2	3	3	4	3	4	26	79
51	1	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	22	1	3	2	2	1	2	3	4	4	22	1	3	2	2	1	2	4	5	3	23	67
52	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	28	2	2	2	3	2	3	4	4	4	26	2	2	2	3	2	3	4	5	2	25	79
53	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	3	22	1	2	1	3	1	3	3	4	3	21	1	2	1	3	1	3	3	5	3	22	65
54	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	3	23	2	2	2	2	2	3	4	5	4	26	75
55	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	36	3	3	3	3	2	4	2	4	28	3	3	3	3	2	4	3	3	3	27	91
56	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	3	25	2	2	2	2	2	4	4	5	4	27	80
57	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	4	26	2	2	2	2	2	4	3	4	3	24	78
58	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	36	3	3	4	3	3	2	3	4	3	28	3	3	4	3	3	2	5	3	4	30	94
59	3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	1	4	32	3	3	3	2	1	4	4	4	3	27	3	3	3	2	1	4	3	4	4	27	86
60	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	2	3	2	3	2	4	2	5	3	26	86
61	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	32	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	3	3	3	2	2	3	4	4	5	29	90
62	2	2	2	2	1	5	2	2	2	2	1	5	28	2	2	2	2	1	5	3	3	4	24	2	2	2	2	1	5	4	3	4	25	77
63	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	36	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	3	3	2	3	3	4	4	4	3	29	94
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	2	2	2	2	2	2	2	4	4	22	2	2	2	2	2	2	3	3	4	22	68
65	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	24	2	2	2	3	1	2	2	4	3	21	2	2	2	3	1	2	4	4	3	23	68
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46	4	4	4	4	4	3	2	4	3	32	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	111
67	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	26	2	2	2	3	2	2	3	4	4	24	2	2	2	3	2	2	4	5	3	25	75
68	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	28	2	3	2	2	2	3	3	4	2	23	2	3	2	2	2	3	3	3	5	25	76
69	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	22	2	2	1	2	2	2	3	4	4	22	2	2	1	2	2	2	5	4	3	23	67
70	4	2	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	40	4	2	4	3	4	3	3	4	2	29	4	2	4	3	4	3	3	5	5	33	102
71	1	4	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	28	1	4	2	2	2	3	3	3	4	24	1	4	2	2	2	3	5	3	4	26	78
72	3	3	1	4	4	4	3	3	1	4	4	4	38	3	3	1	4	4	4	2	4	2	27	3	3	1	4	4	4	4	3	3	29	94
73	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	3	3	4	23	73
74	1	2	1	2	1	4	1	2	1	2	1	4	22	1	2	1	2	1	4	4	4	4	23	1	2	1	2	1	4	4	4	3	22	67

75	3	3	2	4	2	3	3	3	2	4	2	3	34	3	3	2	4	2	3	3	4	3	27	3	3	2	4	2	3	3	4	4	28	89
76	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	4	24	2	2	2	2	2	3	4	5	3	25	75
77	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	28	3	2	2	2	2	3	2	4	3	23	3	2	2	2	2	3	3	4	5	26	77
78	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	2	26	2	3	2	3	2	4	5	5	3	29	87
79	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	3	2	2	2	2	3	3	4	4	25	2	2	2	2	2	3	3	5	5	26	77
80	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	30	2	3	2	2	3	3	2	3	3	23	2	3	2	2	3	3	4	3	4	26	79
81	1	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	22	1	3	2	2	1	2	3	4	4	22	1	3	2	2	1	2	4	5	3	23	67
82	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	28	2	2	2	3	2	3	4	4	4	26	2	2	2	3	2	3	4	5	2	25	79
83	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	3	22	1	2	1	3	1	3	3	4	3	21	1	2	1	3	1	3	3	5	3	22	65
84	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	3	23	2	2	2	2	2	3	4	5	4	26	75
85	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	36	3	3	3	3	2	4	2	4	4	28	3	3	3	3	2	4	3	3	3	27	91
86	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	3	25	2	2	2	2	2	4	4	5	4	27	80
87	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	4	26	2	2	2	2	2	4	3	4	3	24	78
88	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	36	3	3	4	3	3	2	3	4	3	28	3	3	4	3	3	2	5	3	4	30	94
89	3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	1	4	32	3	3	3	2	1	4	4	4	3	27	3	3	3	2	1	4	3	4	4	27	86
90	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	2	3	2	3	2	4	2	5	3	26	86
91	1	3	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	22	1	3	2	2	1	2	3	4	4	22	2	3	2	2	3	3	4	3	4	26	70
92	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	28	2	2	2	3	2	3	4	4	4	26	1	3	2	2	1	2	4	5	3	23	77
93	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	1	3	22	1	2	1	3	1	3	3	4	3	21	2	2	2	3	2	3	4	5	2	25	68
94	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	26	2	2	2	2	2	3	3	4	3	23	1	2	1	3	1	3	3	5	3	22	71
95	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	36	3	3	3	3	2	4	2	4	4	28	2	2	2	2	2	3	4	5	4	26	90
96	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	3	25	3	3	3	3	2	4	3	3	3	27	80
97	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	28	2	2	2	2	2	4	4	4	4	26	2	2	2	2	2	4	4	5	4	27	81
98	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	36	3	3	4	3	3	2	3	4	3	28	2	2	2	2	2	4	3	4	3	24	88
99	3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	1	4	32	3	3	3	2	1	4	4	4	3	27	3	3	4	3	3	2	5	3	4	30	89
100	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	3	3	3	2	1	4	3	4	4	27	87
101	3	3	3	2	1	4	3	3	3	2	1	4	32	3	3	3	2	1	4	4	4	3	27	2	3	2	3	2	4	2	5	3	26	85
102	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	32	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	2	3	2	3	2	4	2	5	3	26	86

MATRIZ DE CONSISTENCIA												
TITULO	PROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	HIPÓTESIS DE INVESTIGACION	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE MEDICION			
"Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017"	Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable (1)	Definición conceptual V1	Definición operacional V1	Dimensiones de la V1	Indicadores V1	CUESTIONARIO			
	¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Calidad de servicio	La calidad de servicio "es un juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido"	La variable de la calidad de servicio se llevara a cabo mediante las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.	Elementos tangibles	Instalaciones Trabajadores Equipos				
							Fiabilidad	instalaciones seguras percepción del servicio recibido comunicación precisa				
							Capacidad de respuesta	información oportuna disponibilidad de personal información apropiada del servicio				
							Seguridad	comportamiento confiable personal calificado				
							Empatía	comprensión del usuario atención personalizada horario de atención flexibles comprensión de necesidades				
	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos				Variable (2)	Definición Conceptual V2		Definición Operacional V2	Dimensiones de la V2	Indicadores V2
	¿Qué relación existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Existe una relación entre la fiabilidad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017				Satisfacción del cliente	Define la satisfacción del cliente como "El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.		La variable satisfacción del cliente se llevara a cabo mediante las dimensiones del rendimiento percibido, las expectativas, los niveles de satisfacción.	Rendimiento percibido	interacción recomendación diferenciación calidad
	¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Existe una relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017								Las expectativas	Elevadas Modernas Bajas
	¿Qué relación existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Existe una relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017									
¿Qué relación existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Existe una relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017	Los niveles de satisfacción						Satisfecho Insatisfecho Complicencia			
¿Qué relación existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017?	Determinar la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017.	Existe una relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la veterinaria LESCANO VETS, San Juan de Lurigancho, 2017										

Tabla de especificaciones

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES
CALIDAD DE SERVICIO	ELEMENTOS TANGIBLES	20%	6	Instalaciones
				Trabajadores
				Equipos
	FIABILIDAD	20%	6	Instalaciones seguras
				Percepción del servicio recibido
				Comunicación precisa
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	20%	6	Información oportuna
				Disponibilidad del personal
				Información apropiada del servicio
	SEGURIDAD	23%	7	Comportamiento confiable de los trabajadores
Personal calificado				
Comprensión del usuario				
EMPATIA	17%	5	Atención personalizada	
			Horarios de atención flexibles	
			Comprensión de necesidades	
TOTAL		100%	30	

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO	ITEMS	INDICADORES
SATISFACCION DEL CLIENTE				Interacción
	RENDIMIENTO PERCIBIDO	40%	11	recomendación
				diferenciación
				calidad
				expectativas promedio
	LAS EXPECTATIVAS:	30%	9	fidelización
				Necesidades
				satisfecho en su totalidad
	LOS NIVELES DE SATISFACCION	30%	9	lealtad
				complacencia
TOTAL		100%	30	

Validación de los instrumentos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Daniel Cardenas Canales
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente de la UCV - este
 I.3. Especialidad del experto: Maestría en Investigación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE Calidad de Servicio

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	///			
02	///			
03	///			
04	///			
05	///			
06	///			
07	///			
08	///			
09	///			
10	///			

12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

..... *ES DEPLICAR*

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

00%

San Juan de Lurigancho, 16 de 9 del 2017

[Firma]

 Firma de experto informante
 DNI: *07779230*



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Yuri Martínez Alanobla
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Profesor
 I.3. Especialidad del experto: _____
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				73	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				74	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				74	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				73	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				74	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				73	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				72	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				74	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				75	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					73.7%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12					
13					
14					
15		UNIVERSIDAD			
16		CESAR VALLEJO			
17		/			
18	/				
19	/				
20	/				
21	/				
22	/				
23	/				
24	/				
25	/				
26	/				
27	/				
28	/				
29	/				
30	/				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

73.7%

San Juan de Lurigancho, de del 2017

Firma de experto informante
DNI: 06074304



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: ROMERO PACORA, JESÚS
 I.2. Cargo e Institución donde labora: PROFESOR A TIEMPO COMPLETO - UCV
 I.3. Especialidad del experto: TEMÁTICO
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CALIDAD DE SERVICIO
 I.5. Autor del instrumento: MERLY MATOS SERRANO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				76%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				74%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				76%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				74%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				76%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				76%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				74%	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				74%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				76%	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				76%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75.2%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE Calidad de Servicio

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12	 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

75.20%

San Juan de Lurigancho, 21 de Set. del 2017


Firma de experto informante

DNI: 06253522



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Felencio Alfredo Suasnabar Ugarte
 I.2. Cargo e Institución donde labora: UCV - DTC
 I.3. Especialidad del experto: Finanzas
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			

12					
13					
14					
15		UNIVERSIDAD			
16		CESAR VALLEJO			
17		/			
18		/			
19		/			
20		/			
21		/			
22		/			
23		/			
24		/			
25		/			
26		/			
27		/			
28	/				
29	/				
30	/				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable.

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, ²⁰ de ⁹ del 2017

75%

[Handwritten Signature]

Firma de experto informante

DNI: *09.01847*



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

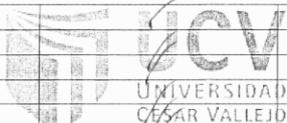
- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Flory Bolina de Alvarado
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC UCV
- I.3. Especialidad del experto: Gestor Público
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, 22 de set del 2017

80



.....
 Firma de experto informante
 DNI: 10.25.2413.....



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Daniel Cardenas Canales
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente de la UCV - Este
- I.3. Especialidad del experto: Maestría en Investigación
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

Satisfacción del cliente

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12	 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
13				
14				
15				
16				
17				
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

..... *ES APLICABLE*

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

60%

San Juan de Lurigancho, *16* de *7* del 2017

.....
 Firma de experto informante
 DNI: *07275236*



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Yuri Martínez A.
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Profesor
 I.3. Especialidad del experto: _____
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				72	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				74	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				73	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				73	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				73	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				74	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				75	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				74	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					73.8%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12				
13				
14				
15		UNIVERSIDAD		
16		CESAR VALLEJO		
17		/		
18		/		
19		/		
20		/		
21		/		
22		/		
23		/		
24		/		
25		/		
26		/		
27		/		
28		/		
29		/		
30		/		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

73.8%

San Juan de Lurigancho, de del 2017



Firma de experto informante
 DNI: 06074364



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: ROMERO PACORA, Jesús
 I.2. Cargo e Institución donde labora: PROFESOR A TIEMPO COMPLETO - UCV
 I.3. Especialidad del experto: TEMÁTICO
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: SATISFACCIÓN AL CLIENTE
 I.5. Autor del instrumento: MERLY MATOS SERRANO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				76%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				82%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				84%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				76%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				78%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				72%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				74%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				78%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				76%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					79.6%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			

12					
13					
14					
15		UNIVERSIDAD			
16		CÉSAR VALLEJO			
17		/			
18		/			
19		/			
20		/			
21		/			
22		/			
23		/			
24		/			
25		/			
26		/			
27		/			
28	/				
29	/				
30	/				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, 21 de set del 2017

74.66%

Firma de experto informante
 DNI: 706233522



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Federico Alfredo Susasnarbar Ugarte
 I.2. Cargo e Institución donde labora: UCV - DTC
 I.3. Especialidad del experto: Finanzas
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			

12					
13					
14					
15		UNIVERSIDAD			
16		CESAR VALLEJO			
17					
18		/			
19		/			
20		/			
21		/			
22		/			
23		/			
24		/			
25		/			
26		/			
27		/			
28	/				
29	/				
30	/				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es Aprobable.

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, 20 de 9 del 2017

Firma de experto informante

DNI: 05078477



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Flores Bolivar Luis Alberto
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC UCV
- I.3. Especialidad del experto: Gestión Pública
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				80%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				80%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				80%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				80%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				80%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				80%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

12				
13				
14				
15		UNIVERSIDAD		
16		CESAR VALLEJO		
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

San Juan de Lurigancho, 22 de set del 2017

80%



Firma de experto informante

DNI: Mg. 10352913

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Merly Gianira Matos Serrano identificado con DNI N° 47389068, egresado de la Escuela Profesional de administración de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la veterinaria Lescano Vets, San Juan de Lurigancho, 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA
 DNI: 47389068

FECHA: 02 de diciembre del 2017

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 08
Fecha : 12-09-2017
Página : 1 de 1

Yo, Darlen Rodríguez Galan
..... docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela
Profesional Administración de la Universidad César Vallejo (precisar
filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

" Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la
Veterinaria Lascano Uets, San Juan de Lirio, Arequipa,
2017."

del (de la) estudiante Merly Matos Serrano
....., constato que la investigación tiene un índice de
similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lugar y fecha Lima, 02 de diciembre del 2017

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 20044257

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la veterinaria
 Lescano Vets, San Juan de Lurigancho, 2017"
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
 Merly Gianira Matos Serrano

ASESOR:
 Dr. Darién Barramedo Rodríguez Galán

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
 Marketing

LIMA – PERÚ
 2017

Resumen de coincidencias		
22 %		
1	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	6 %
2	repo.uta.edu.ec Fuente de Internet	2 %
3	es.scribd.com Fuente de Internet	1 %
4	www.scribd.com Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.continental... Fuente de Internet	1 %
6	tesis.ipn.mx Fuente de Internet	1 %
7	biblio3.url.edu.gt Fuente de Internet	1 %
8	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
9	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1 %
10	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
11	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.uladech.ed...	<1 %

CONSTANCIA DE ENTREGA DE TESIS DIGITAL

Por medio de la presente se deja constancia que:

El/la alumno(a): Merly Giana Matos Serrano,
con DNI 47389068, de la Escuela Profesional de
Administración ha levantado

las observaciones de su tesis titulada:

"Calidad de servicio y la satisfacción de los
clientes de la veterinaria Lescano Vets, San Juan
de Lengancha 2017", la

misma que cumple con los requisitos exigidos por la universidad,
por lo tanto se autoriza la entrega de la tesis digital al Centro de
Información.

Lima, 25 de octubre del 2018



Sello y firma del responsable de la Escuela