



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y Satisfacción del adulto mayor en la residencia los
Geranios, San Borja 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

FERNÁNDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

ASESOR

PACA PANTIGOSO FLAVIO ROMEO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

Año 2016 -I

Página del jurado

.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a enfrentarlos sin perder la dignidad.

A mi familia que me han apoyado y a mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante toda mi trayectoria estudiantil y de vida han hecho que el trabajo se realice.

Agradecimiento

El trabajo que se presenta a lo largo de las siguientes páginas no hubiera llegado a su fin sin el apoyo de personas quienes, de una forma a otra, me han ayudado durante este largo proceso. Le agradezco a mi asesor por su orientación constante. Sus aportes fueron muy valiosos y gracias a su conocimiento y calidad humana, siempre sentí un gran respaldo por su parte. También agradecerle por su dedicación, amor durante mi formación como persona y profesional.

Declaratoria de autenticidad

Yo Fernández Ruiz Genny Elizabeth con DNI N° 46483914, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 22 de junio de 2016

Fernández Ruiz Genny Elizabeth

Presentación

Señores miembros del Jurado en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Calidad de Servicio y satisfacción del adulto mayor de la Residencia los Geranios, San Borja 2016", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administración.

Fernández Ruiz Genny Elizabeth

Índice

Página del jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad.....	iv
Presentación	v
Índice.....	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática.....	2
1.2 Trabajos previos.....	2
1.3 Teorías relacionadas al tema	6
1.4 Formulación del problema.....	14
1.5 justificación del estudio	15
1.6 hipótesis	16
1.7 Objetivo	16
II. MÉTODO	17
2.1 Diseño de investigación	17
2.2 Variables, Operacionalización.....	18
2.3 Población	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...21	
2.5 Métodos de análisis de datos.....	25
2.6 Aspectos éticos	25

III. RESULTADOS	26
IV. DISCUSION	34
V. CONCLUSIÓN	38
VI. RECOMENDACIONES	40
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	41
ANEXOS	44
Instrumento	44
Validación de instrumentos	48
Matriz de consistencia.....	68
Carta de autorización de la empresa	69
Porcentaje de similitud turnitin	70

Índice de tablas

Operacionalización de la variable Calidad de Servicio	19
Operacionalización de la variable Satisfacción del adulto mayor	20
Validez de instrumento de Calidad de Servicio	22
Validez de instrumento de Satisfacción.....	23
Análisis de Calidad de Servicio y Satisfacción del adulto mayor	28
Análisis de confiabilidad y Satisfacción del adulto mayor.....	29
Análisis de responsabilidad y Satisfacción del adulto mayor	30
Análisis de seguridad y Satisfacción del adulto mayor.....	31
Análisis de empatía y Satisfacción del adulto mayor.....	32
Análisis de elemento tangible y Satisfacción del adulto mayor	33

RESUMEN

En el presente trabajo de calidad de servicio y satisfacción del adulto en la residencia los Geranios, San Borja 2016, el cual tuvo como objetivo general determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción, se realizó la prueba estadística de Spearman, donde el coeficiente de correlación fue positiva media $Rho=0.49$ y el valor de $p=0.014$ ($p<0,05$), que afirma que si existe relación entre las dos variables. Según el autor Zeithaml y Bitner (2001) considera para la variable calidad de servicio usar el modelo Serqual, donde expone sus 5 dimensiones: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elemento tangible. El autor Kotler y Keller (2012), considera para la segunda variable satisfacción componentes para su evaluación: valor percibido y expectativas. El tipo de estudio es descriptivo correlacional, el diseño es no experimental transversal, la población es de 25 que está conformada por los familiares del adulto mayor en la residencia los geranios, la información recolectada fue por medio de la técnica de la encuesta, mediante el cuestionario tipo Likert, que posteriormente fue procesado por el programa SPSS 22. La validación de dicho instrumento se realizó mediante el juicio de expertos, y fue la Confiabilidad del instrumento por alfa de Cronbach para ambas variables la que determino que la investigación se lleve a cabo. En los resultados la variable independiente calidad de servicio predomina el nivel regular con un 80 % y en el nivel malo con 12 % del total. En la variable dependiente satisfacción del adulto mayor, podemos notar que la gran mayoría de los clientes están medianamente satisfechos con un 80%, y el 16 % de clientes insatisfechos.

Palabras clave: calidad de servicio/satisfacción del adulto mayor.

ABSTRACT

In the present work, quality of service and satisfaction adult in the residence Geraniums, San Borja 2016, which had as its overall objective to determine the relationship between quality of service and satisfaction, the statistical test of Spearman was performed, where the coefficient Rho correlation was positive mean = 0.49 and $p = 0.014$ ($p < 0.05$), which states that if there is a relationship between the two variables. According to the author Zeithaml and Bitner (2001) considered for the variable quality of service using the Serqual model, which exposes its 5 dimensions: trustworthiness, responsibility, security, empathy and tangible element. The author Kotler and Keller (2012), considered the second variable components for satisfaction for assessment: perceived value and expectations. The type of study is descriptive correlational design is not experimental cross, the population is 25 which is formed by relatives of the elderly in the home geraniums, the information collected was through the survey technique, by questionnaire Likert, which was subsequently processed by the program SPSS 22. The validation of the instrument was performed by expert judgment, and was the reliability of the instrument by Cronbach's alpha for both variables which determined that the investigation is carried out . Results in the independent variable quality of service predominates regular level with 80% and bad level with 12% of the total. In the dependent variable satisfaction of the elderly, we can see that the vast majority of customers are fairly satisfied with 80%, and 16% of dissatisfied customers.

Keyword: quality of service / satisfaction elderly

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Actualmente vemos como está evolucionando los índices a nivel global, en cuanto a la población adulta mayor, tal como lo describe la OMS entre 2000 y 2050. Para el 2025 la proporción de adulto mayor se duplicará, pasando de 11% a 22%, que en números absolutos pasará de (605 millones, a 1000 millón de personas), hasta duplicarse para el 2050. En el Perú según INEI, revela los cambios en la población adulta mayor de 5.7% en el año 1950 a 9.4% en el año 2014, (aproximadamente 2 millones 907 mil 138 personas mayores de 60 años), Se estima que para el 2021 se elevará a 11.2 % y para el 2050 el porcentaje será de 22.8%. Esto implicará un incremento de la demanda en la prestación de servicios de salud, que necesita ser atendida de manera prioritaria.

En la Residencia los Geranios de la cual se está tomando como unidad de investigación, se dedica al cuidado y bienestar del adulto mayor. La atención que se brinda está bajo los siguientes servicios: atención médica, vivienda, alimentación, y actividades recreativas que hace más llevadera su estadía en la residencia.

La problemática que se ha observado en estos últimos meses, es la inconformidad ante la ausencia de un médico las 24 horas del día, por este motivo los familiares de los pacientes sienten desconfianza, ellos necesitan estar seguros que siempre va a estar un médico geriátrico, que pueda respaldar cualquier emergencia. Cabe mencionar que se cuenta con profesionales de enfermería que gestiona los recursos materiales y asistenciales, ellas se encargan de brindar los cuidados al adulto mayor y de mantener comunicación con los familiares. Es indispensable que sus funciones sean evaluadas y controladas por un médico geriátrico. Sin embargo esto no es posible por la ausencia parcial del médico. Asimismo las actitudes del personal al momento de recibir al cliente son de cansancio y falta de interés que pueden traer como consecuencia una disminución de pacientes.

Por tal motivo se necesita identificar aspectos que están incomodando al cliente para poder corregirlas. Sabemos que es necesario contar con médicos

especializados, con experiencia, brindar un buen servicio, trato personalizado de calidad y cariño hacia los pacientes para ganar la confianza de ellos y sus familiares. Todo ello será posible con esta investigación que se está llevando a cabo para analizar el problema, teniendo información externa e interna que nos servirá para poder comparar el desarrollo de la calidad del servicio y satisfacción del adulto mayor.

1.2. Trabajos Previos

Ayala (2013), cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre la calidad de atención y satisfacción del paciente en el área de cirugía general del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, la Victoria, 2013. Parasuraman, Zeithaml y Berry, establecen las principales dimensiones para la calidad de servicio. Su tipo de estudio es descriptivo correlacional, no se realiza ninguna manipulación de las variables, es por ello que se usó el diseño no experimental. Su población estuvo conformada de 140 pacientes de la cual se tomó una muestra de 100 pacientes, se aplicó la técnica de la encuesta mediante el cuestionario. El autor concluye que existe relación directa. Se utilizó la prueba chi cuadrado con un nivel de confiabilidad del 95 % que es de 9.487, En la dimensiones seguridad se obtuvo (20.306>de9.4877), en la capacidad de respuesta (24.446>9.4877), empatía (21.339>9.4877), elemento tangible (20.745>9.4877), y confiabilidad (20.306>que 9.4877), con la satisfacción del cliente en el área de cirugía general.

En la presente tesis consideramos de guía para conocer las influencias que tiene las dimensiones planteadas con la satisfacción del usuario. También nos muestra que la satisfacción no solo depende de la calidad, también influye sus expectativas, el usuario estará satisfecho si el servicio cubre o excede con sus expectativas. Por ello es necesario brindar atención personalizada, apoyo social para conseguir la satisfacción de los pacientes.

Ayarza (2013), tiene como objetivo general reconocer la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del paciente el área de radiología del Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren, Callao 2013. Los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, sostienen las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción.

Se llevó a cabo un estudio descriptivo correlacional, en la cual su investigación es de diseño no experimental. La muestra para este estudio fue de 156 usuarios referidos al área de radiología del hospital, se utilizó la técnica de la encuesta mediante el instrumento del cuestionario. Finalmente el autor concluye que el grado de aceptación es de 95% de la prueba chi cuadrado, en relación de las variables calidad de servicio y satisfacción, el 38%, califica el nivel de calidad bajo, por ende su satisfacción es baja de 37.8 %. En la confiabilidad utilizó la prueba estadística correlación de Pearson su valor es 0.54 y el sig bilateral $p=0.05$, concluye que hay relación y sus resultados indicaron que el nivel fue bajo de un 59.6%, para capacidad de respuesta arrojó un valor igual a ,134 y un sig bilateral 0.094 este valor es menor a $p<0.05$, entonces acepta que hay relación, en los resultados indican que el 56.4% evaluaron con un nivel bajo. En la seguridad arrojó un valor 0.21 y un sig bilateral de p 0.009 como es menor a p 0.05 indica que hay relación entre seguridad y satisfacción, aquí el 42.3% califica que el nivel es bajo, que si existe relación y para la empatía y la satisfacción el usuario el valor es igual a 0.98 y sig bilateral 0.222 que indica que hay relación. Los usuarios calificaron un nivel bajo con un 42.3% y medio de un 50%. Todo esto debido a que la información y comunicación no son claras.

Uno de los puntos por la cual se tomó en referencia esta tesis es por los aportes que brindan los autores en la calidad de servicio y satisfacción, para mejorar las estrategias. Aquí podemos ver que el desarrollo de las relaciones paciente-enfermera es fundamental para crear buenas impresiones y así los pacientes puedan percibir una adecuada atención. Asimismo también es importante que se cuente con una adecuada infraestructura y con personal capacitado, ya que el aporte de sus conocimientos junto con la actitud, determinaría el incremento del nivel de satisfacción.

Civera (2008), en su investigación “Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario publica en función del modelo de gestión establecido, España, 2008”, tiene como objetivo contrastar el modelo que determina las variables relacionadas con la calidad y satisfacción de los usuarios, basándose en la teoría de la medición del modelo Serqual de

Parasuraman Zeithaml y Berry (1993), que propuso las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, elemento tangible. La población es de un total de 399 encuestados mayores de 18 años de los hospitales públicos. con un error muestral de 5 % , y un nivel de confianza de 95%. Se diseñó el cuestionario tipo Likert de 5 puntos. El autor concluye que utilizo la prueba de chi cuadrado donde el valor es mayor a 0.05. La fiabilidad es de (0.94 y 0.97), que indica que inspiran confianza por parte de los profesionales y pueden preguntar sus dudas. En la capacidad de respuesta el valor del chi cuadrado es de (0.95 y 0.96) en cuanto a la rapidez de atención y solución de problemas. En la dimensión empatía el chi cuadrado alcanzo un valor de (0.93 y 0.92) en que los empleados le explican los procedimientos a realizar y escuchan sus necesidades. En los aspectos tangibles el chi cuadrado es de (1.01 y 0.99), la cual indica que hay equipos modernos y está en buen estado.

Se toma en referencia esta tesis porque nos menciona los criterios de evaluación para medir la atención de servicio, de la cual está determinada por la satisfacción con su personal, el equipamiento, la comodidad, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, empatía. El fin es cumplir con las normas establecidas para corregir errores y lograr la satisfacción.

Quizhpilema, Sinchi y Tacuri (2013), tiene como objetivo determinar el nivel de satisfacción del adulto mayor respecto a los cuidados de enfermería en la clínica del hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de Azoques 2013, Donabedian identifica las características del cuidado de enfermería de calidad y calidez y su nivel de satisfacción, es un estudio descriptivo de corte transversal, la población estuvo constituido por 136 adultos mayores hospitalizados en el servicio de clínica, se aplicó la técnica de la entrevista que se realizó al adulto mayor desde el 1 julio a 30 de septiembre, y la encuesta a los adultos mayor durante el periodo de hospitalización, por medio del instrumento del cuestionario, estos datos fueron procesados en el SPSS versión 21. La validez se realizó por medio de profesionales expertos en el campo. Los resultados indican que el nivel de satisfacción es alto de 82.4%, un 15.4% indican que el nivel es bajo y por último el 2.2% con un nivel de satisfacción medio frente a los cuidados de enfermería

La presente tesis aportó a esta investigación, puesto que para medir el nivel de satisfacción es fundamental identificar las necesidades del cliente, también tomar en cuenta que las expectativas son subjetivas al trato que reciben, a su vez indica que factores del cuidado de enfermería mencionados por el autor influye en su percepción del servicio prestado, por ello es necesario analizar las fichas del paciente y según a la información poder brindar una atención personalizada de acuerdo a sus necesidades.

Vásquez (2013), su objetivo es reconocer la calidad de servicio básico de la salud y su relación con la satisfacción del Hospital Regional de Huacho 2013. Su tipo de estudio es descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo, donde su diseño es no experimental debido que no se manipulan las variables. Su población consta de 45,319 usuarios adscritos al hospital de la cual se tomó una muestra de 381 entre usuarios de 18 años a 70 años. Utilizó fuentes documentales, investigación de campo y la observación, su instrumento de recolección de datos fue del cuestionario. Parasuraman, Zeithaml y Berry, desarrolla el modelo Servqual para medir la calidad de servicio y satisfacción. El autor concluye que se utilizó la prueba estadística chi cuadrado y en la dimensión fiabilidad ($31.42 > 26.2962$), se observa que el 49% está insatisfecho con el servicio prometido, el horario de atención y la disposición de sacar citas. En la responsabilidad se utilizó la prueba estadística chi cuadrado que es de ($27.67 > 26.2962$), que indica que hay relación donde el (65%) está insatisfecho con la cortesía, el profesionalismo, buen trato. En la dimensión empatía se obtuvo el valor de ($28.90 > 26.2962$), que acepta que hay relación con la satisfacción y los usuarios evaluaron su insatisfacción en un porcentaje (79%) en el interés para solucionar su problema, el tiempo para informar su estado, la confianza, la atención individualizada al paciente, y la paciencia, por último en el aspecto tangible se obtuvo ($28.55 > 26.2962$), que indica que hay relación y menciona que el 34% de los usuarios están insatisfecho en el equipamiento, orden y limpieza.

Consideramos la investigación de la tesis por su aporte de las teorías de soporte para mejorar la calidad de servicio en la atención de un paciente, es importante mostrar el profesionalismo en el trabajo adoptando una actitud positiva, empática

y comprensión hacia las necesidades que el cliente requiere. Si no lo aplicamos obtendremos una respuesta desfavorable como hemos visto en los resultados de la tesis mencionada. Es importante el rol que emplea la enfermera hacia su paciente ya que según el trato que le brinde el paciente podrá decidir si está satisfecho o no.

1.3. Teorías relacionadas al tema

En el mundo de hoy y de intensa competencia, la clave para tener ventajas competitivas sustentables en una sociedad de servicios, radica en entregar alta calidad que resultará en clientes satisfechos, Por lo tanto, es necesario anticiparse a los cambios que se dan en nuestro entorno, para poder hacer cambios en la empresa a beneficio del cliente.

1.3.1 servicio

Kotler & Keller (2012), define “Un servicio como cualquier acción o cometido esencialmente intangible que una parte ofrece a la otra, sin que exista transmisión de la propiedad. La prestación de los servicio puede estar vinculada con los productos físicos” (p.402). Refiriéndose así que el servicio por naturaleza es intangible, y no tiene como fin crear bienes que el cliente vaya a comprar, ya que lo que brindan son beneficios que no pueden tocar ni ver. Al indicar que puede ser vinculada con productos el autor se refiere que para vender un producto físico necesita de un servicio, de alguien quien lo venda.

Para Kerin (2014), expresa que: “Los servicios son las actividades o los beneficios intangibles que una organización les proporciona a los consumidores (como viajes en avión, asesoría financiera o reparación de auto-móviles) a cambio de dinero u otro valor”. (p.308). Por la creciente demanda y por los cambios, las empresas de servicio son el motor de la economía, las personas están más interesadas en beneficiarse de estos servicios. Por ejemplo podemos mencionar servicios como consejería de atención médica, compras, belleza, educación, etc. Hoy en día estas empresas brindan una buena calidad en la atención desde que el cliente entra a la empresa a solicitar el servicio, hasta el momento que se va. Los clientes de ahora son mucho más exigentes que en el pasado, debido que hay mucha demanda en prestación de servicios que ofrecen lo mismo, algunas al

mismo precio o hasta menos, por tal motivo es importante atender las necesidades del cliente, ya que si no hacemos caso a sus incomodidades, obtendremos pérdidas de clientes por insatisfacción, lo cual afectará las condiciones financieras de la empresa.

Lovelock & Wirtz (2009), afirma:

Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, los cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsable. (p.15).

Es por ello que el cliente espera que la empresa le brinde valor al momento de realizar las compras de servicio, estos elementos que crean valor es el trato del personal, la cortesía, el ambiente, el interés de buscar soluciones a las necesidades de cada cliente, para ellos tiene más valor que la transferencia del producto.

1.3.2 Calidad

El termino calidad es difícil de definir ya que está en constante evolución.

Cantú (2011) afirma que “Calidad abarca todas las cualidades con que cuenta un producto o un servicio para ser de utilidad a quien lo emplea” (p.3). Con esto se refiere a la característica que debe cumplir un producto o servicio, comenzando con el diseño, el precio, seguridad, duración y las garantías, con el fin de satisfacer a los consumidores.

Para Bowersox (2007), indica que “la calidad está en los ojos de los clientes y en cómo perciben una organización, sus productos y sus servicios” (p.79). Con ello el autor explica que la calidad es más bien una cuestión de percepción del cliente, lo que le agrada a una persona le puede disgustar a la otra, influye la preparación laboral como formativa y las experiencias.

1.3.3 Calidad de Servicio

Muchos autores concuerdan que el significado de calidad de servicio es escurridizo e inexacto, entonces para llegar a definir calidad de servicio.

Zeithaml & Bitner, (2001) indica que “la calidad en el servicio es una evaluación dirigida, que refleja las percepciones del cliente sobre sus dimensiones. Desde ese punto de vista, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente.” (p.93). Con ello se muestra que la calidad de servicio y la satisfacción tienen aspectos comunes y se relacionan, la satisfacción ayuda a verificar las percepciones sobre la calidad de los servicios, determinando la compra en el futuro. En el entorno actual la calidad de servicio es la clave para la competitividad de la empresa.

Setó (2004), indica que: “Calidad de servicio son características que deben cumplir con las expectativas y si es posible, incluso, superarlas convirtiéndose así en un tema complejo y subjetivo” (p.13). Por ello los servicios y productos de una empresa deben cumplir con estándares óptimos, que el cliente requiere y valoren, si no superamos las expectativas del cliente, ellos terminaran optando por la competencia, no tendrá el mejor concepto de la organización.

Entonces la calidad de servicio es la satisfacción total del cliente, esta se consigue cuando sobre pasa las expectativas, es importante recibir opiniones del cliente y que la empresa se ajuste a sus requerimientos.

Medir la calidad de los servicios es complejo debido a la propia su naturaleza Cantú (2011), expresa que:

La calidad de un servicio es difícil de medir, no se puede almacenar, su inspección es complicada, no se puede anticipar a los resultados, no tiene vida, su duración es muy corta, depende mucho de las personas. Todo esto hace que la calidad de un servicio la juzgue el cliente en el instante que lo recibe (p.119).

Esto se da por la naturaleza del servicio, que se realiza mediante la interacción con los prestadores de servicio y según a lo que perciben emiten un juicio de la calidad. Es vital lograr satisfacer al cliente ya que al estar satisfecho volverá nuevamente y recomendará a otras personas. Además que la empresa aparte de tener mayor participación y ser más competitivo, también conseguirá prestigio.

Muchos autores concuerdan que calidad de servicio es un concepto abstracto difícil de definir.

Por ello indica que la mejor manera de empezar un análisis sobre la calidad en el servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de la satisfacción del cliente. La mayoría de los expertos coinciden en que la satisfacción del cliente es una medida específica de las operaciones a corto plazo mientras que la calidad en el servicio es una actitud formada por medio de la evaluación a largo plazo de un desempeño. (Hoffman y Bateson, 2011, p.319).

El autor indica que muchos consideran que la satisfacción conduce a la calidad percibida del cliente mientras que otros opinan que la calidad que brinda una empresa lleva hacia la satisfacción, se puede ver que los significados de calidad de servicio y satisfacción están entrelazados entre sí. La actitud del cliente es incierta al momento de la compra, ellos evaluarán según sus percepciones que tenga sobre la forma como brindan el servicio y los beneficios que brinda la empresa.

1.3.4 cómo medir la calidad de servicios

Zeithaml & Bitner (2001), el modelo Servqual es muy conocida ya que de alguna manera hace una comparación entre percepciones y las expectativas, de acuerdo a sus creadores la escala Servqual se basa en 5 dimensiones, que ayuda a descubrir a la empresa cuáles son las fortalezas y las debilidades con respecto a la calidad de servicio. Se utiliza un cuestionario general y su aplicación es para todo tipo de empresa de servicio. Está compuesta de dos secciones cada una de 22 puntos, la primera son las expectativas y la otra las percepciones del cliente, luego se realiza una comparación entre ellas, de la cual se obtienen calificaciones de las brechas de cada dimensión, si la brecha es grande su evaluación será baja y si es menor la brecha de la evaluación será mayor. Las expectativas y percepciones lo miden en una escala de 7 puntos de “absoluto esencial y absolutamente esencial”, y para la otra de “decididamente de acuerdo y decididamente en desacuerdo”.

Con esta técnica se puede observar el grado de acuerdo o desacuerdo que las personas están con los servicios que se les brinda y evaluar las percepciones y expectativas de acuerdo a las características. Es de gran utilidad para diagnosticar el estado de la situación de la empresa de servicios y así poder aplicar correcciones para mejorar.

1.3.5 Dimensiones de la Calidad de Servicio

Zeithaml & Bitner (2001) identificaron 5 dimensiones de la calidad de servicio, los cuales están relacionados y varía dependiendo del tipo de servicio y de los clientes.

- **Dimensión de la confiabilidad:** Refleja la capacidad para el desempeño del servicio de forma exacta y segura. El autor indica que para los consumidores la confiabilidad es la dimensión más significativa del modelo Serqual, por lo tanto si no ofrecemos un servicio confiable este hecho se traduce en fracaso.
- **Dimensión responsabilidad:** Es cuando una empresa tiene el compromiso de cumplir al pie de la letra los beneficios anunciados a una hora pre determinada. Por tal motivo esta dimensión describe la intención, ganas y/o disposición del personal para la prestación del servicio
- **Dimensión seguridad:** Se refiere a inspirar buena voluntad y confianza, donde la seguridad en los conocimientos, la cortesía hacia el cliente, y sus pertenencias y la seguridad de sus operaciones; son indispensables para que el cliente se sienta seguro que no corre riesgo y no tenga duda del desempeño del servicio.
- **Dimensión empatía:** Significa tener la cualidad de ponerse en el lugar de otra persona, comprender sus sentimientos como si fueran de nosotros como si fueran los propios. Por tal motivo las empresas que tienen empatía piensan en la conveniencia del cliente y pretenden que su servicio sea

factible para todos. Por ello las empresas que tienen empatía brindan atención personalizada y cuidadosa.

- **Dimensión elemento tangible:** Debido a la falta de un producto físico, generalmente los clientes recurren a la evidencia tangible con respecto al servicio para realizar sus valoraciones. Pueden ser la iluminación, el aspecto del personal, el equipamiento, las instalaciones, material de comunicación, que transmiten representaciones físicas del servicio que los clientes, y en especial los nuevos usarán para evaluar la calidad.

Conocer los factores por el cual los clientes evalúan la calidad de servicio es necesario para la organización, porque podemos emplear como instrumento de gestión, para orientarse hacia una sola dirección y de esta forma mejorar en grado de nivel de calidad percibida por el cliente.

1.3.6 Satisfacción del cliente

Autores han brindado diferentes definiciones de satisfacción del cliente: Gryna (2007), define: “La satisfacción de los clientes es el grado al cual el cliente cree que las expectativas se cumplen o se sobrepasan por los beneficios recibidos. La expectativa de los clientes tiene una fuerte influencia en la satisfacción” (p.293). Es la impresión que tiene del servicio, ya sea por experiencias anteriores, por información que la misma empresa expone o por boca a boca, el cliente tiene una idea y lo interpreta según su conveniencia, ya la evaluación será después de la compra y así determinará si cumplió o no sus expectativas.

Evans & Lindsay (2009). Sostiene que: “La satisfacción del cliente es el resultado de entregar un producto o servicio que cumplan con los requerimientos del cliente. Esta es vital para conservar a los clientes y hacer crecer un negocio”. (p.98). Por ello es que la satisfacción, nos lleva al camino de la rentabilidad, si cumplimos en entregar beneficios y mejorar la satisfacción obtendremos más que un cliente satisfecho el resultado sería tener un cliente leal, que tenga un compromiso con la empresa así poco a poco la empresa ganará más participación en el mercado con la captación de más clientes.

Según Kotler & Keller (2012) afirma que: “La satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto con las expectativas que se tenían”. (p.128). Con ello se puede verificar el resultado de que tan satisfecho está el cliente.

Por ello las cualidades del producto o servicio deben ser óptimas debido a que el cliente evalúa su calidad, que va desde el diseño de un producto hasta el trato, si no se cumple con las expectativas del consumidor, tendremos un cliente insatisfecho, pero si el desempeño cumple con sus necesidades, dará como resultado un cliente fascinado, que hablará bien de la empresa.

1.3.7 Dimensiones de la satisfacción

Según Kotler & Keller (2012) está conformada por:

Valor percibido: Se refiere que el cliente hace una comparación de distintas empresas en la cual identifica todos los beneficios y los costos del servicio y es ahí donde el consumidor decide que alternativa de oferta escoger.

- ✓ Beneficio del personal
- ✓ Beneficio del servicio
- ✓ Valor de la imagen empresarial.
- ✓ Costo monetario.
- ✓ Costo en tiempo.

Son los determinantes del valor percibido que un cliente toma en cuenta para determinar qué tan satisfecho está del servicio.

Las expectativas: Son las esperanzas que el cliente requiere para adquirir algo, estas se forman por:

- ✓ Las experiencias de compras anteriores.
- ✓ Consejos de compañeros y amigos.
- ✓ Información del servicio que brindan.

- ✓ Promesas de la empresa.
- ✓ Publicidad.

El autor menciona que los resultados de las expectativas van a variar según como hayan percibido el valor brindado. Si el resultado está por debajo a las expectativas, el cliente estará insatisfecho, pero si es igual a las expectativas el cliente estará satisfecho, en caso de que supere las expectativas tendríamos a un cliente complacido. Las empresas que elevan sus expectativas tienen resultados satisfactorios siempre en cuando que el desempeño que brinden sea óptimo o que se encuentre en el mismo nivel.

1.3.8 Gestión de las expectativas del cliente

Como se explicaba anteriormente las expectativas se forman de varias fuentes. Muchos clientes generalmente hacen comparaciones entre el servicio percibido en base del servicio esperado, es ahí donde la empresa es ahí donde la empresa debe ofrecer y mejorar los beneficios a sus clientes para poder retenerlos y tener clientes complacidos, para lograrlo es indispensables exceder las expectativas (Kotler & Keller, 2012). Cuando la empresa cumple esta condición de sobre pasar las expectativas, este cliente volverá a contratar nuevamente los servicios y traerá un nuevo cliente quien antes ni habría escuchado de la empresa, en caso contrario también de que no se cumpla o esté por debajo a lo que se espera del servicio perderíamos no solo un cliente sino muchos más de lo que imaginamos, porque será ese cliente quien se encargara de influir hacia otros de como es el servicio en esa empresa según su experiencia. Se identificaron cinco brechas:

- 1. Brecha entre las expectativas del cliente y la percepción de la dirección**, se refiere a que la percepción de la empresa no es del todo correcta como lo desean los clientes.
- 2. Brecha entre la percepción de la dirección y las especificaciones de la calidad de servicio**. En este caso es cuando la empresa percibe correctamente lo que el cliente desea pero no implementa a la empresa estándares óptimos de desempeño

3. Brecha entre las especificaciones de la calidad del servicio y la entrega del mismo. Se da cuando no se les especifica correctamente a los empleados sus funciones o en algunos casos que los empleados no quieren cumplir con el estándar; por otro lado, pueden estar en conflictos cuando se les ordena por ejemplo dedicarle tiempo a escuchar las necesidades del cliente pero a la misma vez atenderlo rápidamente.

4. Brecha entre la entrega del servicio y las comunicaciones al exterior. Esto hace referencia que si una empresa anuncia por medio de su publicidad acerca de los beneficios que tiene la empresa, y momento que en cliente llega al establecimiento y no cumplen con los beneficios descritos entonces las expectativas del cliente se verán afectadas por la falsa publicidad

5. Brecha entre el servicio percibido y el servicio esperado. Se da solo cuando el cliente no percibe de forma correcta la calidad de servicio.

1.4. Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Qué relación existe entre la Calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016?

1.4.2 Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre confiabilidad y satisfacción del adulto mayor, en la residencia los Geranios, San Borja 2016?
- ¿Cuál es la relación que existe entre responsabilidad y satisfacción del adulto mayor, en la residencia los Geranios, San Borja 2016?
- ¿Cuál es la relación que existe entre seguridad y satisfacción del adulto mayor, en la residencia los Geranios, San Borja 2016?
- ¿Qué relación existe entre empatía y satisfacción del adulto mayor, en la residencia los Geranios, San Borja 2016?
- ¿Cuál es la relación que existe entre elemento tangible y satisfacción del adulto mayor, en la residencia los Geranios, San Borja 2016?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1 justificación Teórica

Desde el punto de vista teórico, el estudio se sustenta en las teorías de calidad de servicio y satisfacción el modelo Servqual, que permite medir las percepciones y las expectativas con respecto a las dimensiones de la calidad de servicio, todas ellas son indispensables para darle un valor científico al estudio.

La finalidad de la investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio en la satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios en San Borja, desde la perspectiva de los usuarios, esto permitirá plantear alternativas de solución para la residencia Los Geranios a favor de los pacientes, con el fin de mejorar la calidad de vida.

1.5.2 justificación Práctica

Desde el punto de vista práctico, la investigación justifica la importancia y la repercusión que tiene al aplicar el modelo Servqual, ya que a través del marco teórico se obtiene información necesaria y valiosa para mejorar la calidad de servicio, al aplicar el cuestionario se evalúa las dos variables que son la calidad de servicio y satisfacción, y con estos resultados se pueda analizar y corregir cualquier inconveniente desde la atención del personal hasta los aspectos físicos de las instalaciones de la residencia. El fin de estas correcciones es mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

Este diagnóstico beneficiara a la empresa, ya que se requiere que el cliente tenga confianza, seguridad. Confort para que recomiende a otras personas, y así ganar prestigio y con esto la empresa pueda crecer y abrir sucursales.

1.5.3 Justificación Metodológica

En el aspecto metodológico la investigación pretende identificar con la hipótesis si existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios. Esto se obtiene a través de la aplicación del

cuestionario donde se identificó los principales aspectos en que el cliente manifiesta su satisfacción.

Esta investigación va a permitir diagnosticar y evaluar las dos variables, su estudio está fundamentado a través del método hipotético –deductivo, que empieza desde plantear el problema, creación de la hipótesis, contrastarlo con los trabajos previos, el marco teórico, y con los resultados obtenidos se puede identificar la relación de estas dos variables calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor, logrando cumplir con lo que requiere este método que es verificar si la hipótesis planteada de dicha investigación es verídica o no.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

1.6.2 Hipótesis Específicos

- Existe relación entre confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Existe relación entre responsabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Existe relación entre seguridad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Existe relación entre empatía y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, san Borja 2016.
- Existe relación entre elemento tangible y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivos General

Determinar la relación que existe entre la Calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

1.7.2 Objetivo Especifico

- Determinar la relación que existe entre confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Determinar la relación que existe entre responsabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.
- Determinar la relación que existe entre elemento tangible y la satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

II. MÉTODO

La presente investigación se ajusta al método científico, ya que son procedimientos por la cual se plantea los problemas y se ponen a prueba hipótesis e instrumentos del trabajo de investigación. parte de la observación de una determinada población y sigue un modelo hipotético deductivo, que al iniciar con la observación se plantea el problema y así procede con la creación de una hipótesis en la cual se deduce las consecuencias de estas para contrastarla. De esta manera con la información obtenida se pueda aceptar la hipótesis o se puede negar.

2.1 Diseño de la investigación

El nivel de investigación es de tipo no experimental, según Hernández, Fernández & baptista (2014), afirma que “La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y solo se busca observar los fenómenos en su ambiente natural para proceder analizarlo” (p.205). Solo busca observar los elementos que están previamente determinados sin ninguna manipulación. Es transversal, debido a que Hernández, Fernández & baptista (2014) indican que se “Recolecta datos en un solo momento y tiempo único donde el propósito es describir las variables y analizar sus incidencias e interrelación en un momento” (p.289).

2.1.1 Tipo de Investigación

Según su naturaleza

Esta investigación es de tipo descriptivo correlacional, Según Hernández, Fernández & baptista (2014), indica que la investigación es descriptiva correlacional porque describe, analiza todos los hechos con mayor precisión de una realidad y es correlacional porque mide el grado de relación existente entre dos o más variables.

Según la naturaleza de la información

Se ha asumido un enfoque cuantitativo, porque se busca examinar y medir datos numéricos, con la ayuda de las herramientas de la estadística.

2.2 Variables

2.2.1 Definición Conceptual

a) Variable independiente: Calidad de servicio

Zeithaml & Bitner, (2001) indica que “la calidad en el servicio es una evaluación dirigida, que refleja las percepciones del cliente sobre sus dimensiones. Desde ese punto de vista, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente.” (p.93).

b) Variable dependiente: Satisfacción

Según Kotler & Keller (2012) afirma que: “La satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto con las expectativas que se tenían”. (p.128).

2.2.2 Definición operacional

se tomó el modelo Servqual, donde toma las siguientes dimensiones: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elemento tangible, de la cual esta evaluación general, se especifica y se ve evidenciado en indicadores, que permite hacer una encuesta donde se usó la escala tipo Likert que mide de 1 a 5.

Tabla N°01 Operacionalización de la variable calidad de servicio

variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Calidad de Servicio	<p>Zeithaml & Bitner, (2001) indica que "la calidad en el servicio es una evaluación dirigida, que refleja las percepciones del cliente sobre sus dimensiones. Desde ese punto de vista, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente."</p>	<p>La calidad de servicio se basa en sus cinco dimensiones - confiabilidad .Responsabilidad -Seguridad. -Empatía. .Elemento tangible.</p> <p>Por tanto el instrumento para medir estas dimensiones es el modelo Servqual, de esta evaluación general se especifica y se ve evidenciada por los indicadores</p>	<p>Confiabilidad.</p> <p>Responsabilidad</p> <p>seguridad</p> <p>Empatía.</p> <p>Elemento tangible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de promesas. • Solución de inconvenientes. • Correcto desempeño del servicio. • Información del servicio. • Rapidez en brindar servicio. • Disponibilidad en brindar servicio. • Atención profesional. • Confianza. • Seguridad. • Cortesía. • Atención personalizada. • Cuidado del interés del cliente. • Comprensión de las necesidades del cliente. • Accesibilidad. • Equipos • Instalaciones • Imagen personal. 	<p>ORDINAL</p> <p>1. Nunca</p> <p>2. casi nunca.</p> <p>3. A veces.</p> <p>4. Casi siempre.</p> <p>5. Siempre</p>

Tabla N° 02 Operacionalización de la variable Satisfacción del adulto mayor

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Satisfacción del adulto mayor	<p>Según Kotler y Keller (2012) afirma que:</p> <p>“La satisfacción es el conjunto de sentimiento de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto con las expectativas que se tenían”. (p.128).</p>	<p>La satisfacción se evaluará en base a dos dimensiones valor percibido y expectativas de la cual estas estarán especificadas mediante indicadores que servirán para realizar las preguntas de tipo Likert en la casa de reposo los Geranios, San Borja 2016</p>	<p>Valor percibido</p> <p>Expectativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio del servicio. • Costo en el tiempo. • Costo monetario. • Beneficio de la Imagen. • Beneficio del personal. <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias pasadas. • Consejos de familiares y amigos. • Publicidad • Promesas implícitas al servicio. 	<p>ORDINAL</p> <p>1. Nunca</p> <p>2. casi nunca.</p> <p>3. A veces.</p> <p>4. Casi siempre.</p> <p>5. Siempre</p>

2.3 Población

En la población de la presente investigación es de tipo censal ya que se está trabajando con menos de 100 personas, Para el estudio de la investigación, este grupo de estudio está conformada por 25 personas que son los familiares directos del adulto mayor de la Residencia los Geranios, San Borja 2016.

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

2.4.1 Técnica de recolección de datos

En la presenta investigación se utilizó la técnica de la encuesta que es un instrumento que se elabora en base al cuestionario de preguntas, previamente evaluadas antes de su aplicación, con el objetivo de obtener respuestas referente a la problemática planteada. Además se utilizó esta técnica debido a que su procedimiento es fácil de manejar y no requiere de mucho tiempo.

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

se utilizó como instrumento el cuestionario tipo Likert, donde contiene un numero de preguntas cerradas, las cuales son redactadas de forma coherente, organizada y claras, este cuestionario va dirigido a los familiares directos de la casa de reposo, con el fin de que esta información ayude a la empresa a rectificar o modificar la manera de brindar servicios.

2.4.3 Validez y Confiabilidad del instrumento

Validez

Según Hernández, Fernández & Baptista, (2010) “La validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir, este concepto tiene diferentes tipos de evidencia, relacionada con el contenido, criterio, y el constructo.” (p.201). entonces la validez se evalúa en base a las evidencias mencionadas por el autor para tener una validez total, si es mayor la evidencia se atenderá mayor representación de la variable.

En la evaluación de los expertos se tomó criterios como claridad, objetividad, suficiencia, consistencia y metodología, donde dio como resultado la aplicación y suficiencia con un 75 Y 73% de aprobación que cataloga aceptable para establecer si existe relación entre la calidad del servicio y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios San Borja. 2016

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO POR JUECES DE EXPERTOS

TABLA N°03 VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO						
VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO						
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	
CLARIDAD	70%	75%	80%	75%	75%	375%
OBJETIVIDAD	70%	75%	80%	75%	75%	375%
PERTINENCIA	70%	75%	80%	75%	75%	375%
ACTUALIDAD	70%	75%	80%	75%	75%	375%
ORGANIZACIÓN	70%	75%	80%	75%	75%	375%
SUFICIENCIA	70%	75%	80%	75%	75%	375%
INTENCIONALIDAD	70%	75%	80%	75%	75%	375%
CONSISTENCIA	70%	75%	80%	75%	75%	375%
COHERENCIA	70%	75%	80%	75%	75%	375%
METODOLOGÍA	70%	75%	80%	75%	75%	375%
TOTAL						3750%

Fórmula de coeficiente de validación

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \% \quad \text{DONDE:}$$

- CV = Coeficiente de validación
- X_{ij} = Valoración del criterio “i”, por el experto “j”
- c = N° de criterios
- k = N° de expertos que validan

$$CV = \frac{3750}{10 * 5} \% \quad CV = 75.0\%$$

TABLA N°04 VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR						
VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	
CLARIDAD	70%	70%	80%	75%	70%	365%
OBJETIVIDAD	70%	70%	80%	75%	70%	365%
PERTINENCIA	70%	70%	80%	75%	70%	365%
ACTUALIDAD	70%	70%	80%	75%	70%	365%
ORGANIZACIÓN	70%	70%	80%	75%	70%	365%
SUFICIENCIA	70%	70%	80%	75%	70%	365%
INTENCIONALIDAD	70%	70%	80%	75%	70%	365%
CONSISTENCIA	70%	70%	80%	75%	70%	365%
COHERENCIA	70%	70%	80%	75%	70%	365%
METODOLOGÍA	70%	70%	80%	75%	70%	365%
TOTAL						3650%

Fórmula de coeficiente de validación

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \% \quad \text{DONDE:}$$

- CV = Coeficiente de validación
- X_{ij} = Valoración del criterio "i", por el experto "j"
- c = N° de criterios
- k = N° de expertos que validan

$$CV = \frac{3650}{10 * 5} \% \quad CV = 73.0\%$$

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández & Baptista, (2010). La confiabilidad “Es el grado en la que en la que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”, (p.200), es por ello que el instrumento con el que se recolecta los datos deberá ser validado y aprobado por un juicio de expertos en investigaciones.

Para verificar que el instrumento sea fiable se aplicó la prueba Estadística Alfa de Cronbach, con una muestra piloto de 15 personas, para medir la consistencia interna de los ítems y la confiabilidad del instrumento, donde es necesario mínimo obtener un porcentaje de 0.70% de confiabilidad para poder determinar que es estable y consistente dicho instrumento

Confiabilidad del instrumento por alfa de combrach para calidad de servicio

$\sum V$ = sumatoria de las varianza de los ítems

V_T = varianza de la suma de los ítems

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V}{V_T} \right] = \text{formula de alfa de Cronbach}$$

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,938	30

Como el valor del alfa de Cronbach es superior a 0.70, entonces se puede decir que el instrumento es confiable

Confiabilidad del instrumento por alfa de Cronbach para satisfacción del adulto mayor

$\sum V$ = sumatoria de las varianza de los ítems

V_T = varianza de la suma de los ítems

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V}{V_T} \right] = \text{formula de alfa de Cronbach}$$

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,924	30

Como el valor del alfa de Cronbach es superior a 0.70, entonces se puede decir que el instrumento es confiable.

2.5 Métodos de análisis de datos:

Para el análisis de datos Se utilizó el estudio estadística descriptiva, que determina qué tipo de relación hay entre las variables. Evans y Lindsay (2009). Define que: “La estadística descriptiva es un conjunto de métodos para la presentación visual y numérica de datos, y comprende gráficas; como las gráficas por columnas, líneas y circulares de Excel” (p.269).

Se aplicó la prueba de hipótesis que plantea la relación de dos o más variables para predecir probabilísticamente las conexiones internas mediante el coeficiente de Rho de Spearman, donde se rechaza o no la hipótesis nula en los resultados obtenidos.

Según Hernández, Fernández & Baptista, (2010) “coeficiente Rho Spearman es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, de tal modo que los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos”.

Nivel de significancia es un nivel de la probabilidad de equivocarse y que fija de manera a priori el investigador. Si el nivel es 0.05 quiere decir que hay un 95% de confianza en que sea verdadera y 5% de error.

Los datos fueron ingresados en un software estadístico SPSS versión 22.0, donde los porcentajes obtenidos ayudaron a la elaboración de tablas y gráficos estadísticos.

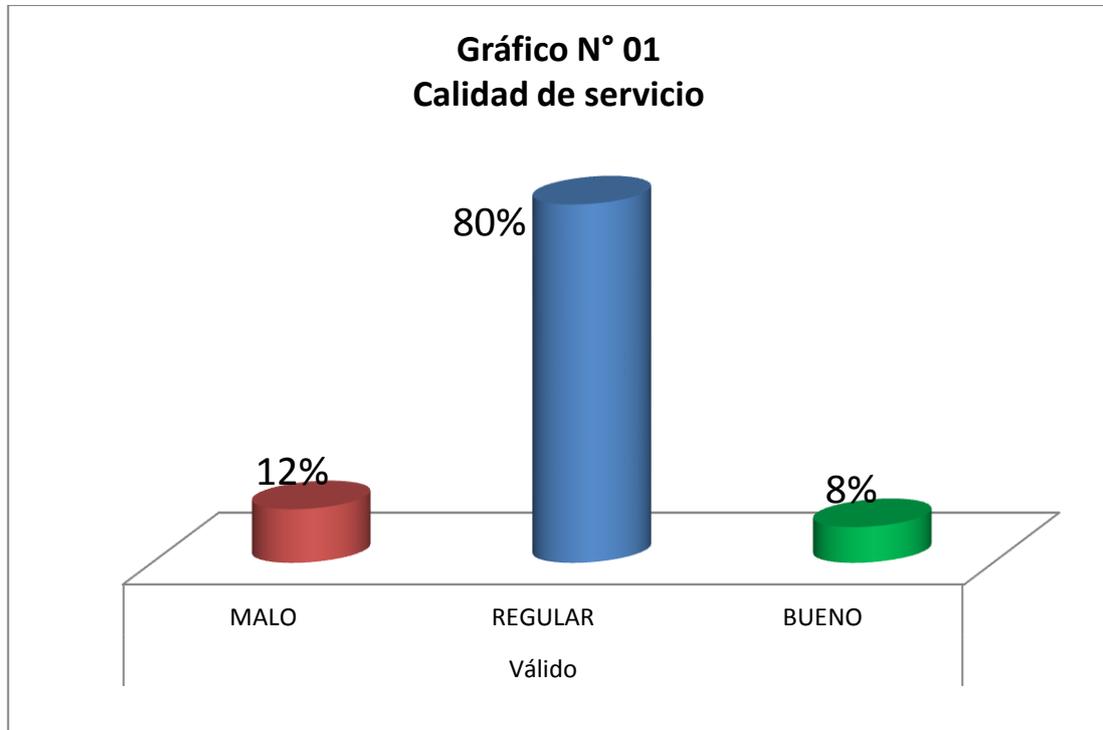
2.6 Aspectos éticos:

Las consideraciones éticas de la presente investigación son las siguientes:

- Se utilizaron citas bibliográficas respetando el derecho de autor sin faltar al estudio de investigación.
- La recolección de datos obtenidos fueron confidenciales y solo usados para el propósito de la investigación.

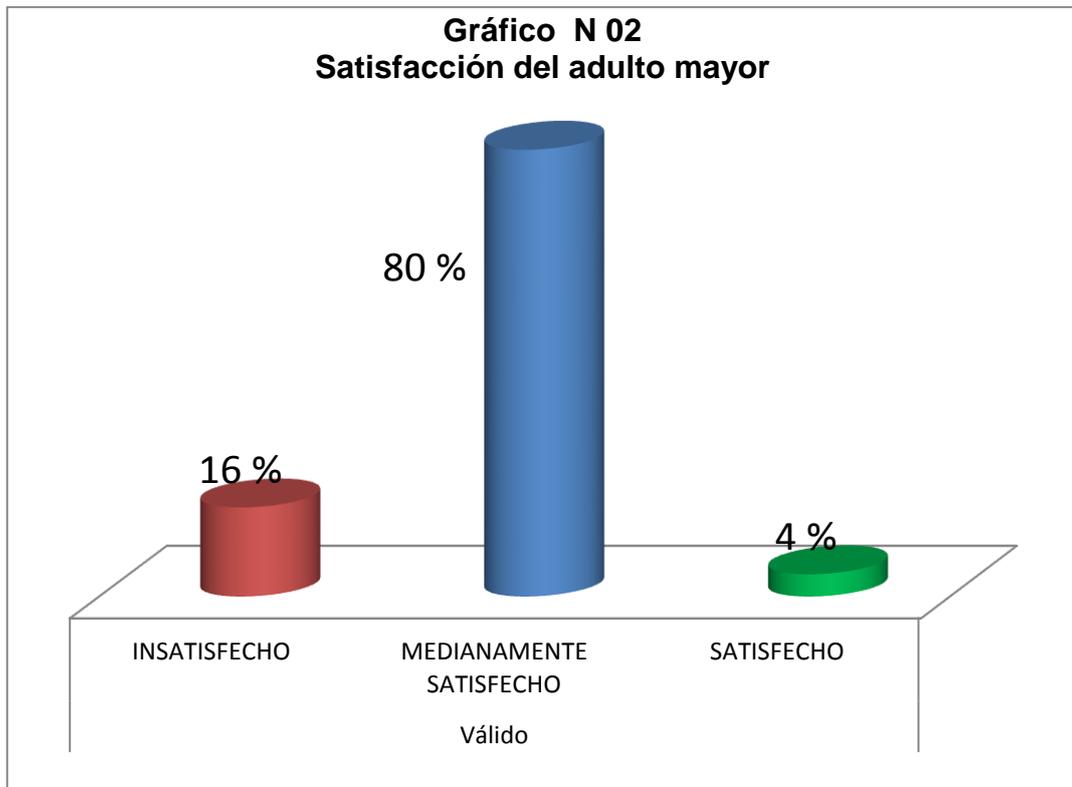
III. RESULTADOS

3.1 Calidad de Servicio



En el Gráfico N°01, vemos que el total de los encuestados de la residencia Los Geranios, San Borja indican que el 12 % tienen un nivel malo, el 80% manifiestan que hay un nivel regular y el 8%, indica que el nivel es bueno, con respecto a la calidad del servicio. Esto muestra que predomina en la empresa un nivel de calidad regular, Por ello se debe analizar los resultados para tomar decisiones.

3.2. Satisfacción del adulto mayor



En el cuadro Grafico N°02, vemos que del total de los encuestados de la residencia los Geranios, San Borja indican que el 16 %, están insatisfechos, el 80% de usuarios indican que están medianamente satisfecho y el 4% indica que están satisfechos, con este resultado vemos que los usuarios no están del todo satisfecho, debido a que no se logra superar sus expectativas, por tal motivo que es necesario realizar cambios para revertir resultados y así obtener clientes satisfechos a corto plazo

3.3. Calidad de Servicio y Satisfacción de adulto mayor

Tabla N° 05

Calidad de Servicio y Satisfacción de adulto mayor

Calidad de servicio (V1)	Satisfacción del adulto mayor (V2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	1 4.0%	0 0.0%	3 12.0%	Rho = 0.49
Regular	2 8.0%	18 72.0%	0 0.0%	20 80.0%	
Bueno	0 0.0%	1 4.0%	1 4.0%	2 8.0%	Sig.(bilateral)= 0.014
Total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la tabla N°05, nos muestra en general que la gran mayoría de los adultos mayores 80%, están medianamente satisfechos, el 16% está insatisfecho y 4 % de clientes satisfechos con la calidad de servicio, debido que en los resultados la calificación del nivel bueno es muy baja. Es en ese punto donde se tiene que analizar y crear estrategias para revertir los resultados y pasar de un cliente medianamente satisfechos a satisfechos, de igual forma con los clientes insatisfechos. En la variable calidad de servicio, lo que predomina es el nivel regular con un 80 % , en el nivel malo con 12 % del total y en el nivel bueno 8% del total.

Como el objetivo general es determinar la relación que hay entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor, podemos decir que si la calidad de servicio tiene un nivel regular 80%, entonces los familiares de los adultos mayores están medianamente satisfechos en un 72%; lo que nos muestra el alto grado de relación entre estas dos variables. Para poder verificar si hay relación utilizamos la prueba de hipótesis.

H1: Existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

HO: No existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo una correlación positiva débil $Rho=0.49$ y el valor de $p= 0.014$ ($p<0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

3.4. Confiabilidad y satisfacción del adulto mayor

Tabla N° 06
Confiabilidad y satisfacción del adulto mayor

Confiabilidad (D1 V1)	Satisfacción del adulto mayor (V2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	1 4.0%	0 0.0%	3 12.0%	Rho = 0.50 Sig.(bilateral)= 0.010
Regular	2 8.0%	19 76.0%	1 4.0%	22 88.0%	
Total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la Tabla N°08, podemos ver una comparación de la dimensión confiabilidad y la variable satisfacción del adulto mayor, donde predomina el nivel regular con 88% en total por ende el porcentaje de cliente que están medianamente satisfechos es de 76 %. En el otro extremo los clientes califican el servicio en el nivel malo con un 12 % y como consecuencia van a haber clientes insatisfechos con un porcentaje de 8 % esto va de acuerdo a la percepción que el cliente tiene de la confiabilidad.

Para poder verificar si hay relación utilizamos la prueba de hipótesis

He1: Existe relación entre la confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

HO: No existe relación entre la confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo una correlación positiva moderada $Rho=0.50$ y $p =0.010$ ($p<0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe relación entre la confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

3.5. Responsabilidad y satisfacción del adulto mayor

Tabla N° 07

Responsabilidad y satisfacción del adulto mayor

Responsabilidad (D2 V1)	satisfacción del adulto mayor (v2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	3 12.0%	0 0.0%	5 20.0%	Rho = 0.46
Regular	2 8.0%	12 48.0%	0 0.0%	14 56.0%	
Bueno	0 0.0%	5 20.0%	1 4.0%	6 24.0%	Sig.(bilateral)= 0.022
total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la Tabla N°07, analizamos la dimensión de responsabilidad, donde el 56% de los usuarios califican un nivel regular, por tanto en ese nivel se obtuvo un 48% de clientes medianamente satisfecho. Así mismo el 24% califica como bueno, sin embargo la satisfacción es muy baja de 4%. A su vez nos muestra un porcentaje malo de 20 % que como resultado el 8 % están insatisfechos. Este resultado significa que los clientes perciben de forma media la disponibilidad en brindar ayuda y proveer con prontitud el servicio,

Para poder verificar si hay relación utilizaremos la prueba de hipótesis

H1: Existe relación entre la responsabilidad y la satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

HO: No existe relación entre la responsabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo una correlación positiva débil, $Rho=0.46$ y $p=0.022$ ($p<0.05$), entonces se rechaza

la hipótesis nula y se concluye que existe relación entre la responsabilidad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

3.6. Seguridad y satisfacción del adulto mayor

Tabla N° 08

Seguridad y satisfacción del adulto mayor

Seguridad (D3 V1)	Satisfacción del adulto mayor (V2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	5 20.0%	0 0.0%	7 28.0%	Rho = 0.46
Regular	2 8.0%	14 56.0%	0 0.0%	16 64.0%	
Bueno	0 0.0%	1 4.0%	1 4.0%	2 8.0%	Sig.(bilateral)=0.020
Total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	

La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la Tabla N°08, predomina el nivel regular de 64% en total, por tal motivo el 56% están medianamente satisfechos. En el otro extremo el 28% califica en un nivel malo, sin embargo muestra una insatisfacción mínima de 8%, asimismo el 8% califica como buena la calidad, por lo tanto su satisfacción es baja de 4 %. Este resultado nos muestra las deficiencias que hay en la capacidad de los empleados en inspiran confianza

Para poder verificar si hay relación utilizaremos la prueba de hipótesis

H1: Existe relación entre la seguridad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, san Borja 2016.

HO: No existe relación entre la seguridad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, san Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo una correlación positiva débil, Rho=0.46 y p=0.020 (p<0.05), entonces se concluye que existe relación entre la seguridad y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

3.7. Empatía y satisfacción del adulto mayor

Tabla N° 09

Empatía y satisfacción del adulto mayor

Empatía (D4 V1)	Satisfacción del adulto mayor (V2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente Satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	3 12.0%	0 0.0%	5 20.0%	Rho =0.51
Regular	2 8.0%	17 68.0%	1 4.0%	20 80.0%	
Total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	Sig. (bilateral)= 0.009

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla N° 09, se evidencia una comparación entre empatía y satisfacción del adulto mayor donde predomina el nivel regular de 80% por ello el 68% esta medianamente satisfecho. En el otro extremo clasificaron el servicio como malo el 20%, sin embargo nos muestra un 8% de clientes insatisfechos, los clientes se dejan llevar por las percepciones de como el empleado brinda el servicio.

Para poder verificar si hay relación utilizaremos la prueba de hipótesis

H1: Existe relación entre la empatía y la satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

HO: No existe relación entre empatía y la satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo una correlación moderada, $Rho=0.51$ y $p=0.009$ ($p<0.05$), entonces se concluye que existe relación entre la empatía y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

3.8. Elemento tangible y satisfacción del adulto mayor

Tabla N° 10

Elemento tangible y satisfacción del adulto mayor

Elemento Tangible (d5 v5)	Satisfacción del adulto mayor (v2)			Total	Rho Spearman
	Insatisfecho	Medianamente satisfecho	Satisfecho		
Malo	2 8.0%	9 36.0%	0 0.0%	11 44.0%	Rho =0.28
Regular	2 8.0%	6 24.0%	0 0.0%	8 32.0%	
Bueno	0 0.0%	5 20.0%	1 4.0%	6 24.0%	Sig. (bilateral)= .179
Total	4 16.0%	20 80.0%	1 4.0%	25 100.0%	

En la Tabla N°10, se verifica que en la dimensión elemento tangible, los encuestados califican con un porcentaje alto el nivel malo de 44% a regular 32%. Este resultado nos indica que los clientes no ven una adecuada infraestructura, predomina el nivel malo con 44 % en total, sin embargo los clientes insatisfechos son de un 8%. Así mismo con un porcentaje de 32% los clientes indicaron que el servicio es regular, donde el 24%, indica que están medianamente satisfechos, por último el 24%, indican que el nivel de calidad es bueno, y el 4% indica que están satisfechos.

Para poder verificar si hay relación utilizaremos la prueba de hipótesis.

H1: Existe relación entre los elementos tangibles y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

HO: No existe relación entre los elementos tangibles y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016.

Aplicando la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman se obtuvo un $Rho=0.28$, y $p=0.179$ ($p>0.05$), entonces no se rechaza la hipótesis nula y se concluye que no existe relación entre el elemento tangible y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, san Borja 2016.

IV. DISCUSIÓN

En el presente tesis titulado calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la residencia los Geranios, San Borja 2016, para dar respuesta a la hipótesis general, tomando las dimensiones, confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elemento tangible, se utilizó la prueba estadística coeficiente de Spearman y se obtuvo una correlación débil Rho 0.49 con un sig bilateral 0.014, porque en una de sus dimensiones no hay relación con la satisfacción, cosa que no sucede con la tesis de Ayarza (2013), La Calidad de servicio y satisfacción del paciente en el área de radiología del Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren, Callao, uso la prueba chi cuadrado y encontró relación directa con todas sus dimensiones con un nivel significativo ($p=0.00$), donde el 37.8% de usuarios perciben el servicio de calidad bajo realidad que coincide con un 38% frente a la satisfacción. Mientras que en la casa de reposo los Geranios predomina una calidad regular de un 80% que coincide con el 80% del total que están medianamente satisfecho. En la tesis de Quizhphilema, Sinchi y Tacuri (2013) “Nivel de satisfacción del adulto mayor, respecto a los cuidados de enfermería que reciben en el servicio de clínica del Hospital Homero Crespo. Azogues 2013” el nivel de satisfacción es alto de 82.4% con respecto a los cuidados de enfermería con calidez y continuos que reciben en el servicio de clínica, pero existe un determinado número de pacientes que tienen el 2.2% de satisfacción media y baja de 15.4%.

En cuanto a la relación entre la confiabilidad y satisfacción concordamos con lo expuesto por Ayarza (2013), para dar respuesta a la hipótesis, utilizó la prueba estadística coeficiente de Pearson y se obtuvo una correlación media de 0.54, con un nivel de significancia p de 0.05, concluye que hay relación directa en el cumplimiento e interés del servicio; pero el 59.6% de los clientes percibió que el nivel de calidad es malo. En nuestra tesis se obtuvo una correlación moderada $Rho=0,50$ porque para los usuarios la confiabilidad refleja un grado mayor de importancia para estar satisfecho. Los ítems más relevantes son el respaldo médico las 24 horas, demora en los reporte de salud del paciente, trato al cliente, las facilidades de pago y el cumplimiento de los beneficios y como resultado tenemos 88% de usuarios que evaluaron la calidad en un nivel regular donde el

72% esta medianamente satisfecho. De igual forma coincidimos con Vásquez (2013). En su tesis “calidad de servicios básicos de la salud y satisfacción de los usuarios en el Hospital Regional de Huacho 2013, usó la prueba de hipótesis donde el chi cuadrado de la encuesta es mayor que el chi-cuadrado probabilístico ($31.42 > 26.2962$), por ello tiene una correlación positiva. La insatisfacción del cliente se da en los servicios ofrecidos, informes sobre horario de atención, los reportes clínicos, atención de profesionales, y esto se refleja que el 49 % están insatisfechos.

En la dimensión responsabilidad concordamos con Ayarza (2013), uso la prueba estadística coeficiente de Pearson, donde el valor es igual a 1.34 y un sig bilateral 0.094 este valor es menor a 0.05, que acepta relación entre responsabilidad y satisfacción, además la correlación es perfecta porque para los usuarios del hospital la responsabilidad es prioritaria que las otras dimensiones. Los resultados muestran que predomina el nivel de calidad bajo con un 56.4% porque no hay capacidad para atender eficazmente a todos dado que la demanda en sacar citas supera la capacidad que tiene el hospital y como consecuencia esto colapsa haciendo sentir al cliente insatisfecho. En nuestra investigación hay relación por que se usó la prueba estadística coeficiente Spearman $Rho=0.46$ y un sig bilateral 0.022 este es menor a 0.05. Sin embargo nuestra correlación es débil porque no es la dimensión más importante, pero está dentro de los factores de evaluación para medir la satisfacción. Ante ello obtuvimos 56% de clientes que perciben un nivel de calidad regular y en ese nivel el 48% esta medianamente satisfecho; los ítems que influyeron son: información de la página web, interés en la atención del paciente, disponibilidad para atender las solicitudes del cliente, el hecho de no contar con un libro de quejas y la información del estado del cliente. También coincidimos con Ayala (2013), en su tesis “calidad de atención y satisfacción del paciente en el área de cirugía general del hospital nacional Guillermo Almenara Irigoyen, la Victoria, 2013, utilizó la prueba de chi cuadrado con un nivel de confiabilidad del 95 % que es de 9.487, se hayo como el valor del χ^2 tc es mayor al χ^2 t resultado ($24.446 > 9.4877$), que confirma que esta dimensión tiene relación directa con la satisfacción. De igual forma también Vásquez (2013),

uso la prueba estadística chi cuadrado ($27.67 > 26.2962$), que indica que existe relación y el 65% está insatisfecho con la cortesía, el profesionalismo, buen trato.

Para determinar si existe relación entre seguridad y satisfacción, Ayarza (2013), uso la prueba estadística coeficiente de Pearson, donde arrojo un valor de 0.21 y un nivel de significancia $p=0.009$ ($p<0.05$) que indica que existe una correlación positiva muy débil, ubicando a esta dimensión en el último lugar del rango de importancia para los usuarios, donde 42.3% percibió un nivel de calidad bajo; los ítems que contribuyeron son Profesionalismo y Cortesía. De igual forma en la Residencia los Geranios se obtuvo el coeficiente de correlación Spearman de $Rho=0.46$ y sig bilateral 0.020, indicando una correlación débil porque tiene un grado menor de importancia pero contribuye para la evaluación de la satisfacción, por ello los ítems más relevantes son; la atención médica, el comportamiento del empleado para inspirar confianza, y la seguridad de vigilancia. Donde el 64% evaluó un nivel de calidad regular, por tal razón el 56% está medianamente satisfecho. Concordamos también con Ayala (2013) que uso la prueba chi cuadrado con un nivel de confiabilidad de 95 % donde obtuvo el valor de $20.306 > 9.4877$, aceptando así que existe relación y menciona que es importante la confianza, la información veraz para estar satisfecho.

Para determinar si existe relación entre empatía y satisfacción, coincidimos con Civera (2008) usó la prueba chi cuadrado que arrojó un valor superior a 0.05 (0.21) por lo que existe relación, los ítems que influyen para medir su satisfacción son si los empleados explican los procedimientos 0.92, escuchan al cliente 0.92 y están dispuesto a ayudar 0.99. En nuestra tesis se realizó la prueba estadística coeficiente Spearman $Rho=0.51$ y sig bilateral 0.009 Como ($p<0.05$), se verifico una correlación moderada, porque para los usuarios es muy importante esta dimensión para definir su satisfacción, los ítems que tiene una alta valoración son: la atención personalizada, si las terapias se ajustan a sus necesidades, facilidad en el horario de visita, la integración de la enfermera en las actividades del paciente. En los resultados predomina un nivel de calidad regular 80% a malo de 20%. Otra tesis en la que coincidimos es con lo expuesto por Ayarza (2013), usó la prueba estadística coeficiente Pearson que obtuvo el valor de 0.98 y $p=0.022$ que confirma que es una correlación positiva muy fuerte, esto demuestra que la

empatía es una de las dimensiones más importantes para que el cliente se sienta satisfecho, ya que necesita que el empleado se preocupe por el cliente y sea cuidadoso con ellos. En los resultados de la tesis de Ayarza el 50% indica que el nivel de calidad es bajo de 42.3%. Coincidimos con Vásquez (2013) uso el chi cuadrado y arrojó el valor ($28.90 > 26.2962$), que acepta que si existe relación, los puntos más importantes son el interés para solucionar su problema, el tiempo para informar su estado, la confianza, buen trato, paciencia y el cuidado personalizado, guiándose de estos factores el 79% de los usuarios están insatisfechos.

Para determinar si hay relación entre elemento tangible y satisfacción del paciente en el área de cirugía general, Ayala (2013), usó la prueba estadística chi cuadrado el valor es de ($24.745 > 9.4877$), que acepta dicha relación, ellos indican que necesitan de una infraestructura y nueva tecnología para estar satisfechos. En nuestra tesis se usó la prueba estadística coeficiente de correlación Spearman donde se obtuvo $Rho=0.28$ y el sig bilateral 0.179 Como el valor ($p > 0.05$) significa que no hay relación entre elemento tangible y satisfacción en la casa de reposo los Geranios, en los ítems se observa una correlación negativa, en los equipos modernos entonces con este resultado deducimos que el cliente no toma en cuenta esta dimensión para medir su satisfacción, debido que está acostumbrado al lugar y algunos se resisten a los cambios. Sin embargo el 44% de los usuarios respondieron que la calidad es mala esto demuestra que perciben las deficiencias e la calidad, por ello es necesario mejorar las instalaciones y actualizarlos con equipos modernos. De igual forma no coincidimos con Civera (2008), usó la prueba chi cuadrado donde es superior a 1.01 y 0.99 indicando una relación directa en la adquisición de equipo moderno y el estado de las instalaciones. Por tanto es necesario que el hospital cuente con este requerimiento para poder atender casos no comunes y los pacientes puedan seguir un tratamiento.

V. CONCLUSIONES

Para determinar si existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016, se usó la prueba de correlación Spearman, donde el nivel de significancia es 0.05, se obtuvo un coeficiente de correlación débil $Rho = 0.49$, con un sig. Bilateral de 0.014 como ($0.014 < 0.05$) indica que si existe relación. En los resultados predomina el 80 % de usuarios que indican que la calidad es regular, por lo tanto el 80 % están medianamente satisfechos.

1. Respecto a la primera hipótesis específica, se usó la prueba de correlación Spearman con un nivel significativo (0.05). Se concluye que hay correlación positiva moderada $Rho = 0,50$ con un sig bilateral 0.010, como ($0.010 < 0.05$), indica que si existe relación entre confiabilidad y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016. Predomina el 88% de los usuarios que indican un nivel regular por tanto el 76% está medianamente satisfecho.

2. Respecto a la segunda hipótesis específica, se obtiene resultados de la prueba de correlación Spearman con un nivel significativo (0.05). Se concluye que hay correlación positiva débil $Rho = 0,46$ con un sig bilateral 0.022, como ($0.022 < 0.05$), entonces existe relación entre responsabilidad y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016. Predomina un nivel regular con 56% y el porcentaje de cliente que está medianamente satisfecho es de 48 %.

3. Respecto a la tercera hipótesis específica, de determinar si existe relación entre la seguridad y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016, usamos la prueba de correlación Spearman con un nivel significativo de (0.05), concluimos que hay correlación débil $Rho = 0,46$ con un sig bilateral 0.020, como ($0.020 < 0.05$), se acepta la relación, Predomina un nivel regular con 64% el porcentaje de cliente que está medianamente satisfecho es de 56 %.

4. Respecto a la cuarta hipótesis específica, de determinar si existe relación entre la empatía y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016, usamos la prueba de correlación Spearman con un nivel de significancia 0.01, se concluye que hay una correlación moderada $Rho = 0,51$ con

un sig bilateral 0.009, como ($0.009 < 0.05$), se acepta la relación. Predomina un nivel regular con 80% y el porcentaje de cliente que está medianamente satisfecho es de 68 %.

5. Respecto a la quinta hipótesis específica, de determinar si existe relación entre elemento tangible y satisfacción del adulto mayor en la Residencia los Geranios, San Borja 2016, se usó la prueba de correlación Spearman Rho 0,28 con un sig bilateral 0.179 ,como ($0.179 > 0.05$), se llega a la conclusión que no hay relación. Predomina un nivel malo con 44 % y el porcentaje de cliente que está insatisfecho 8%.

VI. RECOMENDACIONES

Existiendo correlación entre calidad de servicio y satisfacción de los familiares de los adultos mayores en la residencia Los Geranios de San Borja se recomienda mejorar la calidad de servicio en lo referente a la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elemento tangible.

1. Dimensión confiabilidad: asignar un jefe de personal que pueda evaluar, controlar las funciones y verificar el cumplimiento de los paseos programados, la alimentación, los horarios de visita. Para un mejor manejo en la gestión es necesario implementar un sistema donde se pueda ingresar las facturas y las prologas para dar una rápida atención y adecuada información.

2. Dimensión responsabilidad: en este caso es necesario que se actualice información de la página web donde los cliente pueda estar informado constantemente y atender preguntas en línea. Así mismo implementar un libro de quejas y sugerencias, de esta forma corregir algunas falencias.

3. Dimensión seguridad: En este caso es muy importante, es necesario contar con un personal de seguridad, ya que a pesar de estar en un lugar adecuado debemos tomar en cuenta la situación del país en la seguridad ciudadana, para la empresa es vital de que la residencia este vigilada a fin de evitar robos y que el cliente pueda sentirse aliviado. Para seguridad de los pacientes es indispensable contratar a un médico las 24 horas del día para cualquier emergencia y así puedan estar conformes con la atención médica.

4. En la dimensión empatía se recomienda capacitar y desarrollar talleres de habilidades sociales al personal, de esta manera pueda adaptarse a las diferencias de cada paciente, así mismo es importante que se organice las fichas de los pacientes para brindarle terapias de acuerdo a sus necesidades.

5. En la dimensión elemento tangible el cliente indica que no es prescindible, pero como todo entra por los ojos para los nuevos posibles clientes y los que también lo son, se recomienda mejorar la infraestructura por ejemplo implementar en uno de los espacios disponibles un escritorio para brindar información. Se recomienda adquirir nuevos equipamientos, que permitan estar actualizados.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, R. (2013). “*Calidad de atención y satisfacción del paciente en el área de cirugía general del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, la Victoria, 2013*”: (tesis para optar el título profesional de licenciado de administración). Universidad de Cesar vallejo. Lima-Perú.
- Ayarza, E. (2013) “*Calidad de servicio y satisfacción del paciente el área de radiología del Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren, Callao 2013*”: (tesis para optar el título profesional de licenciado de administración). Universidad de Cesar vallejo. Lima-Perú.). Universidad de Cesar vallejo. Lima-Perú.
- Balestrini, M. (2006). “*Como se elabora el proyecto de investigación*”. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Bowersox, D.J. (2007). " *Administración en la cadena de suministro*". (2ª ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Cantú, J.H. (2011), " *Desarrollo de una cultura de calidad*". (4ª ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Civera, M. (2008). “Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario publica en función del modelo de gestión establecido, España, 2008”: (doctorado para optar el grado de magister en Administración de empresas Y marketing). Universidad Jaume. Valencia-España.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2014). “*Administración y control de la calidad*” (9ª ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.

- Gryna, F.M (2007).” *Análisis y planeación de la calidad*”. (5ª ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Hernández, R, Fernández C. & Baptista L. (2014). “*Metodología de la Investigación* “. (6ª ed.). México, D.F.: McGraw-Hill.
- Hoffman, D y Bateson, J. (2011). *Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos* (4ª ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. (2014). *Situación de la población adulta mayor*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico_poblacion-adulta-mayor-oct-nov-dic2015.pdf
- Kerin, R.A. (2014). "*Marketing*" (11° ed). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. y Keller, K.L. (2006). “*Dirección de Marketing*”. (14ª ed.). México: Pearson Educación.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). ”*Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia*”. (6ª edición). México: Pearson Educación.
- Organización Mundial de la Salud. (2015). *Informe mundial sobre el envejecimiento y la salud*. Recuperado de <http://www.who.int/ageing/es/>
- Quizhphilema, S., Sinchi, A. y Tacuri, M. (2013) “*Nivel de satisfacción del adulto mayor respecto a los cuidados de enfermería en la clínica del hospital Homero Castanier Crespo de la ciudad de*

Azoques 2013:(tesis para optar el título de licenciada en enfermería). Universidad de Cuenca. Cuenca-ecuador.

Setó, D. (2004), “*De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*”.

Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vásquez, H (2013) “*Calidad de servicios básicos de la salud y su relación con la satisfacción del Hospital Regional de Huacho 2013*”: (tesis para optar el título profesional de licenciado de administración). Universidad de Cesar vallejo. Lima-Perú.

Zeithaml, V, y Bitner, M.J (2001). “*Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*”. (2ª ed.) México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

INSTRUMENTO

PREGUNTAS DE CALIDAD DE SERVICIO

1	NUNCA
2	CASI NUNCA
3	A VECES
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

N°	ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
1	¿Se cuenta con equipos modernos?					
2	¿Las instalaciones materiales son atractivas?					
3	¿Los empleados tienen un aspecto pulcro?					

N°	CONFIABILIDAD	1	2	3	4	5
4	¿La empresa cumple con los horarios establecidos de visita					
5	¿La empresa cumple con los paseos programados?					
6	¿Cuándo un paciente se encuentra enfermo o sufre caídas, se demora en reportar lo sucedido?					
7	¿Cumplen con todos los beneficios que ofrece la empresa?					
8	¿La empresa les brinda facilidades de pago?					
9	¿La empresa le presenta facturas exactas a usted?					
10	¿La empresa cuenta con respaldo de un médico las 24 horas?					
11	¿La alimentación que se le brinda es balanceada?					
12	¿El personal brinda un adecuado trato a los pacientes?					

N°	RESPONSABILIDAD	1	2	3	4	5
13	¿La empresa cuenta con páginas web en la cual muestre información de sus servicios?					
14	¿Los empleados informan a los familiares del estado del paciente?					
15	¿Los empleados muestran interés en la atención del paciente?					
16	¿El personal los hace esperar cuando van a visitar la casa de reposo?					
17	¿Los empleados escuchan sus necesidades?					
18	¿La empresa cuenta con un libro de quejas o sugerencias?					
19	¿El personal está demasiado ocupado para atender sus solicitudes?					

N°	SEGURIDAD	1	2	3	4	5
20	¿La atención médica es óptima?					
21	¿El comportamiento de los empleados despierta confianza en usted?					
22	¿Es segura la ubicación donde se encuentra la casa de reposo?					
23	¿La empresa cumple con la seguridad de vigilancia en la casa de reposo?					
24	¿Los empleados muestran cortesía y respeto con usted?					
25	¿Los empleados tienen la capacidad para contestar sus dudas?					

N°	EMPATIA	1	2	3	4	5
26	¿Se preocupan en brindarle atención personalizada?					
27	¿Respetan sus intereses como creencias o costumbres?					
28	¿Las terapias ocupacionales se adaptan a las necesidades del paciente?					
29	¿La empresa brinda facilidades con los horarios de visita?					
30	¿Los empleados se integran a las actividades del paciente?					

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR

1	NUNCA
2	CASI NUNCA
3	A VECES
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

N°	VALOR PERCIBIDO	1	2	3	4	5
1	¿Influye en usted las opiniones de otras personas acerca de los servicios de la empresa?					
2	¿Se siente satisfecho con la capacitación del personal?					
3	¿Las terapias brindadas son de calidad?					
4	¿Para usted es importante que le expliquen claramente los beneficios de un servicio?					
5	¿Se tiene la presencia permanente de un médico?					
6	¿Se les brinda atención preferencial a pacientes con dificultades de lucidez?					
7	¿La empresa les brinda prórroga de pago solo a clientes preferenciales?					
8	¿El precio a pagar está de acuerdo con los beneficios que le brindan?					
9	¿La tarifa es demasiada alta en comparación de la competencia?					
10	¿El servicio de los pacientes es atendido con la rapidez requerida?					
11	¿La cantidad de personal es suficiente para el cuidado de todos los pacientes?					
12	¿La recepción de visitas es atenta?					
13	¿La infraestructura de la casa de reposo es confortable?					

14	¿El personal es comunicativo?					
15	¿El gerente se interrelaciona con los clientes y empleados?					
16	¿Los sistemas de comunicación son los adecuados y oportunos?					
17	¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?					
18	¿Usted recomendaría los servicios de la empresa a otras personas?					

N°	EXPECTATIVAS	1	2	3	4	5
19	¿Ha tenido buenas experiencias con otras casas de reposos?					
20	¿Se contactó con la empresa por alguna recomendación de algún familiar y o amigo?					
21	¿Por el tiempo que tiene como cliente la empresa le brinda alguna promoción?					
22	¿Las promociones que le brindan superan sus expectativas?					
23	¿Tiene algún inconveniente al comunicarse con la empresa?					
24	¿Le brindan todos los beneficios tal como se expone en sus páginas web?					
25	¿Le atendieron cordialmente desde el primer día que acudió a la empresa?					
26	¿Cada vez que visita encuentra el Centro en buen estado?					
27	¿La atención es óptima en comparación con la competencia?					
28	¿Alguna vez ha escuchado opiniones negativas en cuanto a la calidad de servicio de la empresa?					
29	¿La rapidez de atención es mejor con respecto a la competencia?					
30	¿Siente que alguna vez los servicios no cumplieron con sus expectativas?					

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Paca Pantigoso, F. Romeo
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente TP UCV Lima - Este
- I.3. Especialidad del experto: Metodólogo (Estadístico)
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario Calidad de Servicio
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Ruiz, Genny

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				75	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				75	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75	
CONSISTENCIA	Considera que los items 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 items miden lo que pretende medir.				75	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

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		✓		

11		✓		
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?

Se debe mejorar sobre todo la redacción de los ítems: 10, 11, 12, 16, 17, 19, 20, 22, 24, 25, 26, 27 y 28. Se debe usar una escala más pertinente

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, 15 de Abr del 2016



.....
Firma de experto informante
DNI: 01212856.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Paca Pantigoso, F. Romeo
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente TP UCV Lima -Este
- I.3. Especialidad del experto: Metodologo (Estadística)
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario Satisfacción del Adulto Mayor
- I.5. Autor del instrumento: Fernandez Ruiz, Genny

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				70	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				70	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				70	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

ITEMS DE LA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

11		✓		
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?

Se debe mejorar la redacción de los ítems: 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 23, 24, 27 y 29. Además se debe usar una escala pentin.

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

70%

San Juan de Lurigancho, 15 de Abr del 2016



Firma de experto informante

DNI: 01212856

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: CANDÍA MENOR MARCO ANTONIO
 I.2. Cargo e Institución donde labora: ADMINISTRACIÓN
 I.3. Especialidad del experto: COORD. DE INV.
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO
 I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				75	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				75	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75	
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.				75	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

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	/			

11	/			
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:

75%

San Juan de Lurigancho, 19 de 04 del 2016

.....
 Firma de experto informante
 DNI: 10050551.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: CANDÍA MENOR MARCO ANTONIO
- I.2. Cargo e Institución donde labora: ADMINISTRACIÓN
- I.3. Especialidad del experto: COORD. DE INV.
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- I.5. Autor del instrumento: FERNÁNDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				70	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				70	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				70	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

11	/			
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:

70%

San Juan de Lurigancho, 19 de 04 del 2016



.....
 Firma de experto informante
 DNI: 40.05.0551.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: DELGADO ARENAS, RAUL
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC OFIC. DE INVESTIGACIÓN
 I.3. Especialidad del experto: Dr. en CC. EE.
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO
 I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				70%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				70%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				70%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

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	✓			

11	✓			
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 aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

70%

San Juan de Lurigancho, *19* de *04* del 2016

[Firma manuscrita]
 Firma de experto informante
 DNI: *10306440*

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: DELGADO ARENAS, RAUL
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC OFICINA DE INVESTIGACIÓN
 I.3. Especialidad del experto: Dr. EN CC-EE
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
 I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				70%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				70%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				70%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

11	/			
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?

no aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

70%

San Juan de Lurigancho, 19 de 04 del 2016

[Handwritten Signature]

 Firma de experto informante
 DNI: 10366449

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Fernández Daniela Villaverde José Luis
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC/UCV
 I.3. Especialidad del experto: Sociólogo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO
 I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				✓	
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: CALIDAD DE SERVICIO

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

11	/			
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:

75%

San Juan de Lurigancho, de del 2016



 Firma de experto informante
 DNI: 06582225.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Fernández David V. Viquez Joselo
- I.2. Cargo e Institución donde labora: OTC/UCV
- I.3. Especialidad del experto: Sociólogo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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				✓	
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 SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

11	/			
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:

75%

San Juan de Lurigancho, de del 2016



 Firma de experto informante
 DNI: 06502225.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: VAZQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE A TIEMPO COMPLETO
 I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRADOR
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO
 I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY EUZABETH

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: CALIDAD DE SERVICIO

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

11	✓			
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:

80!

San Juan de Lurigancho, 20 de 09 del 2016



.....
 Firma de experto informante
 DNI: 09301600

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL
- I.2. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE A TIEMPO COMPLETO
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRADOR
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
- I.5. Autor del instrumento: FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH

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 SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

11	✓			
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?

.....

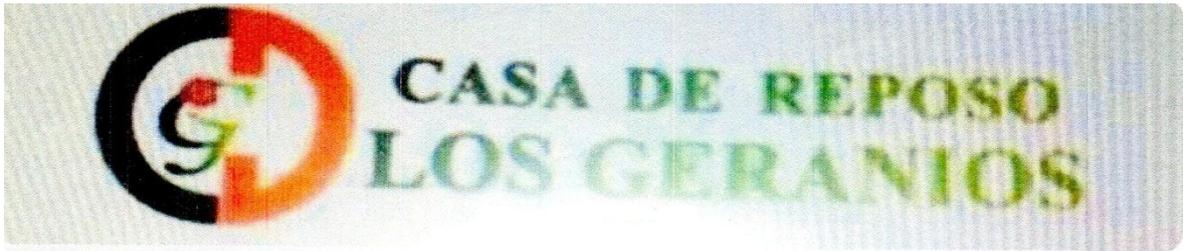
IV. PROMEDIO DE VALORACION:

80!

San Juan de Lurigancho, 20 de 04 del 2016



.....
 Firma de experto informante
 DNI: 04301600



San Juan de Lurigancho, 6 de Mayo del 2016.

Señores.-

Universidad Cesar Vallejo

Asunto: Autorización de ejecución de tesis

Luego de haber revisado el proyecto de tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL ADULTO MAYOR EN LA RESIDENCIA LOS GERANIOS, SAN BORJA 2016" por la SRTA. FERNANDEZ RUIZ GENNY ELIZABETH, vuestra empresa autoriza su ejecución dentro de nuestro establecimiento; comprometiéndonos a darle todas las facilidades para la recolección de datos y la información que fuera necesaria.

Atentamente.-

VANESSA MYRNAN GARAY CACERES

DNI 21579066

Calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en Los Geranios

por Genny Fernandez Ruiz

ARCHIVO	TESIS_FINAL_IMPRIMIRRRR.DOCX (164.85K)		
HORA DE LA ENTREGA	20-JUN-2016 02:44 P.M.	NÚMERO DE PALABRAS	14282
IDENTIFICADOR DE LA ENTREGA	685352821	SUMA DE CARACTERES	75010

Calidad de servicio y satisfacción del adulto mayor en Los Geranios

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to EP NBS S.A.C.

Trabajo del estudiante

2%

2

Submitted to Carlos Test Account

Trabajo del estudiante

1%

3

cybertesis.urp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad de San Martín de Porres

Trabajo del estudiante

1%

5

es.slideshare.net

Fuente de Internet

1%

6

dspace.ucuenca.edu.ec

Fuente de Internet

1%

7

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

8

www.piuraheraldo.net

Fuente de Internet

<1%