



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**“PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DE LA CALIDAD DEL  
SERVICIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DELCONT TECHNOLOGY DEL  
DISTRITO DE PUNCHANA, NOVIEMBRE 2020”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PRESENTADO POR:**

**CASANDRA NADIR TANGO A SANCHEZ  
DANNITH BENILDA ACUY CELIS**

**ASESOR:**

**Lic. Adm. HUGO HENRY RUIZ VÁSQUEZ. Mg.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2021**



# UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN

“COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TITULOS”

**ACTA DE SUSTENTACION - VIRTUAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**  
**N° 023-CCGyT-FACEN-UNAP-2021**

En la ciudad de Iquitos, a los 10 días del mes de noviembre del año 2021, a horas: 07:00 p.m se dio inicio haciendo uso de la plataforma google meet, la sustentación pública del Trabajo de Investigación titulado: “PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DELCONT TECHNOLOGY DEL DISTRITO DE PUNCHANA, NOVIEMBRE 2020”, autorizado mediante Resolución Decanal N°1467-2021-FACEN-UNAP, presentado por las egresadas de la Escuela Profesional de Administración DANNITH BENILDA ACUY CELIS y CASANDRA NADIR TANGO SANCHEZ, para optar el Grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas, que otorga la Universidad de acuerdo a Ley y Estatuto.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

- |   |              |
|---|--------------|
| LIC. ADM. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg. | (Presidente) |
| LIC. ADM. MARLO CÉSAR GARCIA BARBARAN, Mg.        | (Miembro)    |
| LIC. ADM. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.                 | (Miembro)    |

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **Satisfactoriamente**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:

La Sustentación Pública y el Trabajo de Investigación han sido: **APROBADAS** con la calificación BUENA ( 15 ).

Estando las egresadas aptas para obtener el Grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas.

Siendo las ...08:30 pm del 10 de noviembre de 2021, se dio por concluido el acto académico.

LIC. ADM. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg.  
Presidente

LIC.ADM. MARLO CÉSAR GARCIA BARBARAN, Mg.  
Miembro

LIC.ADM. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.  
Miembro

LIC. ADM. HUGO HENRY RUIZ VÁSQUEZ, Mg.  
Asesor

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiquitos.edu.pe](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



**JURADO Y ASESOR**



**LIC.ADM. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, Mg.**  
Presidente  
CLAD-10865



**LIC.ADM. MARLO CESAR GARCIA BARBARAN, Mg.**  
Miembro  
CLAP N°019-VII



**LIC.ADM. JAIME RENGIFO PEÑA, Mg.**  
Miembro  
CLAD-18911



**LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mg.**  
Asesor  
CLAD-01972

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a las personas que han estado con nosotras siempre: nuestros padres, quienes han sido nuestros grandes pilares, a mis amigos y colegas que nos animaron todos los días y nos ofrecieron apoyo en momentos críticos.

**CASANDRA NADIR TANGO A SANCHEZ**

**DANNITH BENILDA ACUY CELIS**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a las personas especiales de nuestra vida: a nuestros padres, quienes, a pesar de todas las dificultades, nos ayudaron hacer realidad nuestro sueño. A nuestro asesor Hugo Henry Ruiz Vásquez por todo el apoyo y la paciencia durante la elaboración de nuestro proyecto final y a todas las personas que directa o indirectamente contribuyeron a nuestra investigación

**CASANDRA NADIR TANGO A SANCHEZ**

**DANNITH BENILDA ACUY CELIS**

## ÍNDICE GENERAL

Pág.

PORTADA.....	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN .....	ii
JURADO Y ASESOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>4</b>
1.1 Antecedentes .....	4
1.2 Bases teóricas .....	5
1.3 Definición de términos básicos .....	8
<b>CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b>	<b>9</b>
2.1 Formulación de la Hipótesis .....	9
2.2 Variable y su operacionalización .....	9
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....</b>	<b>11</b>
3.1 Diseño Metodológico .....	11
3.2 Diseño muestral.....	11
3.3 Procedimientos de recolección de los datos .....	12
3.4 Procesamiento y análisis de datos .....	13
3.5 Aspectos éticos .....	13
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES .....</b>	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>23</b>
<b>ANEXOS</b>	
1. Matriz de Consistencia	

2. Cuestionario
3. Consentimiento informado

## ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Tabla N° 1 Nivel de calidad de servicio a los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020.....	14
Tabla N° 2 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Tangibilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	15
Tabla N° 3 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Fiabilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	16
Tabla N° 4 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Capacidad de respuesta según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	17
Tabla N° 5 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Seguridad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	18
Tabla N° 6 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Empatía según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	19



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pág.

Grafico N° 1 Nivel de calidad de servicio a los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020.....	14
Grafico N° 2 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Tangibilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	15
Grafico N° 3 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Fiabilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	16
Grafico N° 4 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Capacidad de espuesta según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	17
Grafico N° 5 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Seguridad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	18
Grafico N° 6 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Empatía según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020 .....	19

## RESUMEN

La investigación cuyo título lleva “Percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology del Distrito de Punchana, noviembre 20120” tiene como objetivo Determinar y analizar la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana periodo noviembre 2020, la investigación es de nivel descriptivo con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transeccional; la población estuvo conformada por 40 principales clientes externos de la empresa, para obtener la información requerida se utilizó la encuesta con preguntas cerradas. La investigación determinó que un 50% de los clientes considera que la calidad del servicio es excelente y un 8% considera que es mala la calidad del servicio al cliente.

**Palabras clave:** Calidad del servicio

## **ABSTRACT**

The research entitled "Perception of the external client of the quality of the service of the company Delcont Technology of the District of Punchana, November 20120" aims to determine and analyze the perception of the external client of the quality of the service of the company Delcont Technology of the city of Iquitos, district of Punchana period November 2020, the research is descriptive level with a quantitative approach, non-experimental design of transectional cut; The population consisted of 40 main external clients of the company, to obtain the required information the survey with closed questions was used. The investigation determined that 50% of customers consider that the quality of service is excellent and 8% consider that the quality of customer service is poor.

**Keywords:** Quality of service

## INTRODUCCIÓN

El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio producto de coronavirus ha hecho que todas las empresas se vean afectadas, pero de manera muy particular las pequeñas y micro empresas, que cuentan con capital de trabajo pequeño, entre las actividades más perjudicadas están las empresas de turismo, las de servicio, las agencias de viaje entre otras; estas empresas para poder seguir subsistiendo han recurrido muchos de ellos al programa reactiva Perú, con la finalidad no solo de sobrevivir sino de seguir creando fuentes de trabajo y contribuir al PBI.

En el diario el peruano (Apuntalando a las Mypes, 2020) se indica que las mypes juegan un rol importante en el desarrollo de la economía nacional. De acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno. En reconocimiento a ello, el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las mypes, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-Mype), sin embargo estos programas no alcanzan a aquellas micros o pequeñas empresas que realizan poco movimiento en el sistema financiero y muchas han desaparecido o se han reinventado aplicando estrategias de diversificación y mejorando la calidad de sus servicios.

Delcont Technology es una de esas pequeñas empresas unipersonales que para mantenerse vigente en el mercado ha tenido que diversificar sus servicios, hoy sus actividades alcanzan a la venta de pasajes, reparación de celulares, pago de servicios, entre otros, pero, queda pendiente conocer cuál es la percepción de sus clientes referente a la calidad del servicio que brinda, esto con la finalidad de adoptar medidas correctivas que tiendan a garantizar en el largo plazo su cartera de clientes, para eso era necesario plantearse la siguiente interrogante general: ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana, noviembre 2020? y como objetivo general, determinar la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana, noviembre 2020; esta investigación tiene importancia relevante para el propietario, porque le permite conocer cuáles son las dimensiones de la calidad del servicio en las que tiene que hacer los correctivos para mejorarlos y tener satisfecho a sus clientes, tienen importancia para la colectividad en su conjunto porque crea fuentes de trabajo y contribuye con sus impuestos al estado, su sostenimiento en el mercado de la empresa también le permitirá mirar el futuro con optimismo, y tener la visión de poder seguir creciendo incrementando mano de obra y acrecentando el mercado laboral y dando oportunidad a nuevos jóvenes que egresen de las universidades; pero esto es posible si mantiene clientes satisfechos y fidelizados. La población está conformada por cuarenta de sus principales clientes, la investigación es de enfoque cuantitativo nivel descriptivo y de diseño no experimental.

La investigación cuenta con la siguiente estructura: El primer capítulo es el Marco Teórico donde se desarrolla los antecedentes que están vinculadas a otros trabajos anteriores que guardan relación con la investigación y que sirven de base para el presente trabajo; la base teórica que comprende los aspectos relacionados con la variable en estudio, así como las definiciones conceptuales. En el capítulo II se operacionaliza la variable; el Tercer Capítulo: Comprende el aspecto metodológico, como el tipo, nivel, método y diseño de la investigación. Luego se define y determina los conceptos de población y muestra. Asimismo, se determina la técnica e instrumento de recolección de datos, técnicas para el procesamiento y análisis de la información. De acuerdo a la estructura de la investigación; el capítulo cuatro están los resultados de la investigación; finalmente esta la discusión, las conclusiones y las recomendaciones.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes**

En el 2018, se ejecutó una investigación de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental – transversal, que incluyó como población de estudio a 40 clientes del centro de esparcimiento Paintball X. La investigación determinó que el 35% de los encuestados indicaron que la calidad del servicio al cliente es aceptable y el 65% manifestó que la calidad del servicio es buena, en cuanto a la satisfacción general del servicio que otorga el centro de esparcimiento Paintball el 35% indican que están totalmente satisfechos, mientras que el 65% manifestó que están totalmente complacidos con el servicio que brinda. (Hurtado, 2018)

En el 2017, se desarrolló una investigación de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental – transversal, que incluyó como población de estudio a 331 clientes de la empresa de bienes y servicios para el Hogar S.A.C. “CARSA”. La investigación determinó que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y fidelización de clientes a través del coeficiente de correlación Rho Spearman el cual tuvo como valor de 0.895 y un nivel de significancia de 0.000, menor a 0.05. el trabajo entre sus conclusiones indica que el 45.6% de los clientes de la empresa manifiestan que el nivel de fidelización está mayormente en un nivel medio mientras que un 31.7% consideran tener un nivel alto y el 22.7% en un nivel bajo. (Valderrama, 2017).

En el 2015, se realizó una investigación de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental – transversal, que incluyó como población de estudio de 165 clientes de la empresa Minimarket Adonay E.I.R.L. La investigación determinó que existe una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y fidelización de clientes a través del coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,804 y un valor de significancia de 0,000, donde el trabajo concluyó que un 31.4% indica que los clientes están medianamente de acuerdo en relación a la calidad del servicio y en cuanto a la fidelidad del cliente el 31.4% manifestó estar medianamente de acuerdo. (Hernández, 2015).

## **1.2 Bases teóricas**

### **Calidad del servicio**

(Zeithaml y Bitner, 2002), consideran que los clientes no perciben la calidad en una sola dimensión, sino que ellos tienen valoraciones a través de la percepción en muchos factores. Así se dice que las siguientes 8 dimensiones de la calidad se aplican a todos los productos y servicios: desempeño, características, confiabilidad, adaptabilidad, durabilidad, utilidad, estética y percepción de la calidad. Para otros investigadores entre los cuales están los creadores del modelo SERVQUAL, los consumidores toman en cuenta cinco dimensiones o factores para valorar la calidad del servicio:

- Confiabilidad: Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa. Asimismo, es la



dimensión más importante en las percepciones de la calidad en el servicio.

- Responsabilidad: Disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud. Esta dimensión destaca la atención y la prontitud con la que se hace frente a las solicitudes, las preguntas, las reclamaciones y los problemas del cliente. La responsabilidad también comprende la noción de flexibilidad y la capacidad para personalizar el servicio a las necesidades del cliente.
- Seguridad: El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza. Es probable que esta dimensión adquiera particular importancia para aquellos servicios en que los clientes perciben que se involucra en riesgo o en los que se sienten inseguros acerca de su capacidad para evaluar los resultados.
- Empatía: Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa. La esencia de la empatía consiste en transmitir al cliente, por medio de un servicio personalizado o adecuado, que son únicos y especiales. Los clientes quieren sentir que son importantes para las empresas que les prestan el servicio y que éstas los comprenden.
- Tangibles: La apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales escritos.

Estas dimensiones representan la forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad en el servicio. (PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. y BERRY, L.L., 1988). Este modelo está basado en un modelo de evaluación del cliente sobre la calidad del servicio en el que:

1. Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes.
2. Señalan ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios: comunicación boca-boca, necesidades personales, experiencias pasadas y comunicaciones externas.
3. Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

Desde otra óptica se mencionan diversas perspectivas, entre ellas está la trascendental de la calidad como excelencia, donde las personas comienzan a conocer la calidad según sus experiencias y vivencias que se van acumulando con el tiempo; la segunda perspectiva sostiene que la calidad está relacionado con un sistema basado en el producto entre sus características y diferencias que contiene, las cuales son percibidas por los clientes o usuarios y la tercera está basada en el cliente percibe y satisface sus necesidades, logrando obtener una máxima satisfacción (Loverlock, C y Wirtz, J., 2009).

### **1.3 Definición de términos básicos**

Calidad del servicio.- Desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado y ésta puede ser medida a partir de la diferencia entre ambos conceptos. (PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. y BERRY, L.L., 1985).

Cliente Externo.- El cliente externo es todo consumidor o empresa con potencial para comprar o contratar productos y servicios, constituye no solo la fuente de ingresos y por tanto la estabilidad económica, sino el eje mismo de trabajo, desarrollo y avance de la organización y todos sus empleados. (Bernal, 2014).

Expectativas del Cliente. - Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización. Esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa. (PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. y BERRY, L.L., 1985).

#### **Percepción del Cliente**

La percepción del cliente o usuario se refiere a como éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe. (PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. y BERRY, L.L., 1985).

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de la Hipótesis**

Tratándose de una investigación descriptiva no llevará hipótesis por cuanto que en las investigaciones descriptivas con enfoque cuantitativo solamente se plantean hipótesis cuando se pronostica un valor. (Hernandez-Sampieri, R. & Mendoza , Ch. , 2018)

### **2.2 Variable y su operacionalización**

Variable

Percepción de la Calidad

## Operacionalización

Variables	Definición	Tipo por su naturaleza	Indicadores	Escala de medición	Categoría	Valores de la categoría
Percepción de la calidad	Esta referido a como la persona estima que la empresa está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe	Cuantitativo	Tangibilidad	Ordinal	Total desacuerdo Desacuerdo Ni desacuerdo/ni acuerdo Acuerdo Total acuerdo	1 2 3 4 5
			Fiabilidad	Ordinal	Total desacuerdo Desacuerdo Ni desacuerdo/ni acuerdo Acuerdo Total acuerdo	1 2 3 4 5
			Capacidad de respuesta	Ordinal	Total desacuerdo Desacuerdo Ni desacuerdo/ni acuerdo Acuerdo Total acuerdo	1 2 3 4 5
			Seguridad	Ordinal	Total desacuerdo Desacuerdo Ni desacuerdo/ni acuerdo Acuerdo Total acuerdo	1 2 3 4 5
			Empatía	Ordinal	Total desacuerdo Desacuerdo Ni desacuerdo/ni acuerdo Acuerdo Total acuerdo	1 2 3 4 5

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño Metodológico**

La investigación es de tipo descriptiva; porque en ella se explica los hechos que manifiestan los clientes externos. El diseño de la investigación será no experimental porque la variable se mantiene inalterable, no se somete a juicio durante todo el proceso de investigación se basará en datos recolectados por las investigadoras sin intervenir en los eventos estudiados. Es transversal porque los datos serán recolectados en un solo momento.

### **3.2 Diseño muestral**

#### **Población**

La Población del presente estudio está conformada por todos los principales clientes externos de Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana que hacen un total de 40, según la base de datos de la empresa.

#### **Muestra**

Al ser la población pequeña la muestra es idéntica a la población; es decir los 40 clientes externos de Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana.

### **3.3 Procedimientos de recolección de los datos**

#### Procedimiento

El procedimiento de recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

- Se solicitó autorización al propietario de Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana para la realización de la investigación.
- Recibida la autorización se procedió a la ubicación y realización de la encuesta a todos los clientes externos según el tamaño de la muestra.
- Terminada las encuestas se procedió a la elaboración de base de datos para ser procesados.

#### **Técnica e instrumento**

La técnica para la recolección de datos primarios fue la encuesta y el instrumento el cuestionario con preguntas cerradas.

#### **Validación.**

El instrumento fue validado por juicio de expertos (dos)

#### **Confiabilidad**

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach que dio como resultado 0.88, lo que implica que hay una consistencia interna entre las preguntas

### **3.4 Procesamiento y análisis de datos**

- La información recolectada se procesó con ayuda de la hoja de cálculo Excel para windows.
- Seguidamente se procedió al análisis de los datos, para lo cual se hizo uso del análisis univariado y de estadígrafos diversos.
- Asimismo, se utilizó las frecuencias simples y relativas y otros estadígrafos para un mejor análisis.
- Finalmente se elaborarán las tablas y gráficos necesarios para presentar la información de la variable estudiada

### **3.5 Aspectos éticos**

Para realización de las encuestas la población será previamente informada de los derechos que les asiste y será totalmente voluntaria con consentimiento informado, sin coacción alguna, reservándose la confidencialidad de la información; se respetó la legitimidad intelectual de los autores mencionados en el trabajo.



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana, noviembre 2020.

En la Tabla y Gráfico N° 1 se observa que el 50% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology indican que el nivel de la calidad de servicio es excelente, 28% califica como bueno, 15% califica regular y 8% lo calificó como malo.

Tabla N° 1 Nivel de calidad de servicio a los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

		N° de clientes	% de clientes
Calidad de servicio	Excelente	20	50%
	Bueno	11	28%
	Regular	6	15%
	Malo	3	8%
Total		40	100%

Fuente: Encuesta

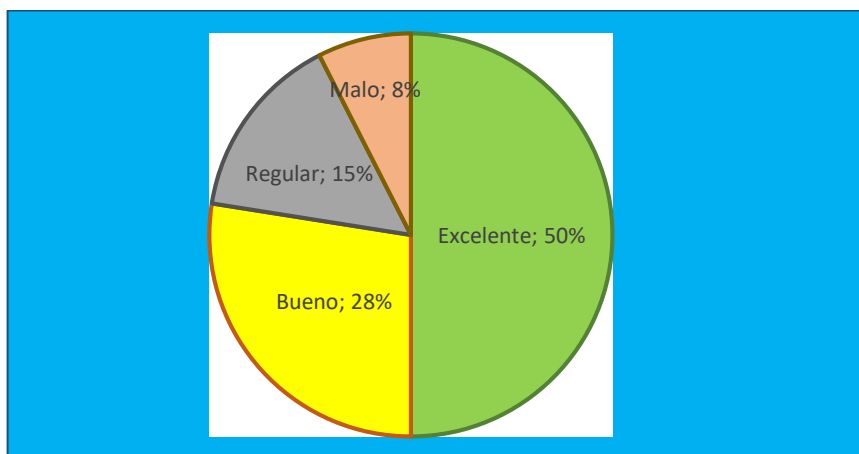


Gráfico N° 1 Nivel de calidad de servicio a los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 1

En la tabla siguiente refleja que el 88% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology consideran que la calidad del servicio en su dimensión Tangibilidad es bueno y el restante 13% considera regular

Tabla N° 2 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Tangibilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

	N° de clientes	% de clientes
Bueno	35	88%
Tangibilidad Regular	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta

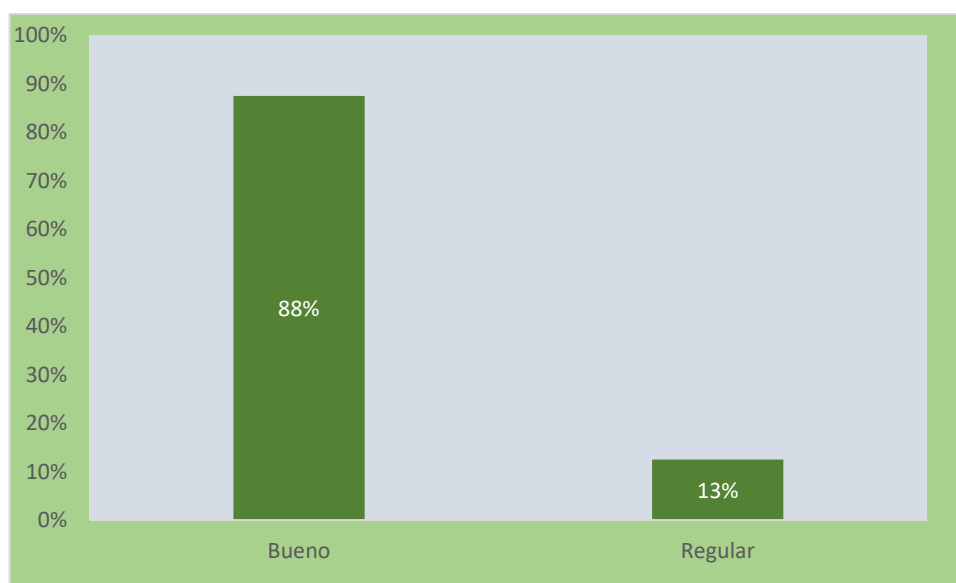


Gráfico N° 2 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Tangibilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 2

En la tabla y gráfico N° 3 se aprecia que el 63% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology consideran que la calidad del servicio en su dimensión Fiabilidad es excelente, 23% lo califica como bueno y 13% considera regular.

Tabla N° 3 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Fiabilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

		N° de clientes	% de clientes
Fiabilidad	Excelente	25	63%
	Bueno	10	25%
	Regular	5	13%
	Total	40	100%

Fuente: Encuesta

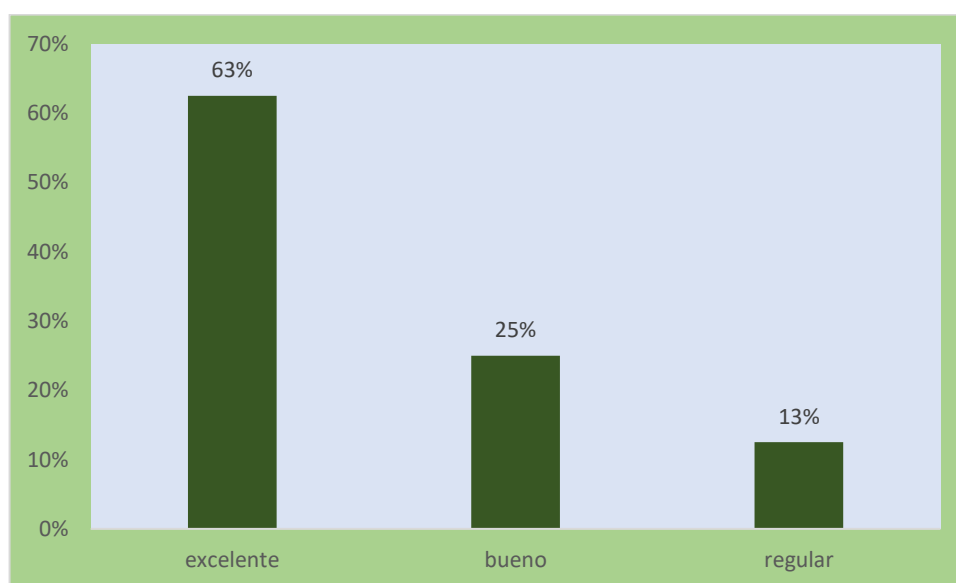


Gráfico N° 3 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Fiabilidad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 3

En la tabla y gráfico N° 4 se observa que el 43% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology consideran que la calidad del servicio en su dimensión Capacidad de respuesta es excelente, 20% lo califica como bueno, 25% regular y 13% considera que el servicio es malo.

Tabla N° 4 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Capacidad de respuesta según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

		N° de clientes	% de clientes
Capacidad de respuesta	Excelente	17	43%
	Bueno	8	20%
	Regular	10	25%
	Malo	5	13%
Total		40	100%

Fuente: Encuesta

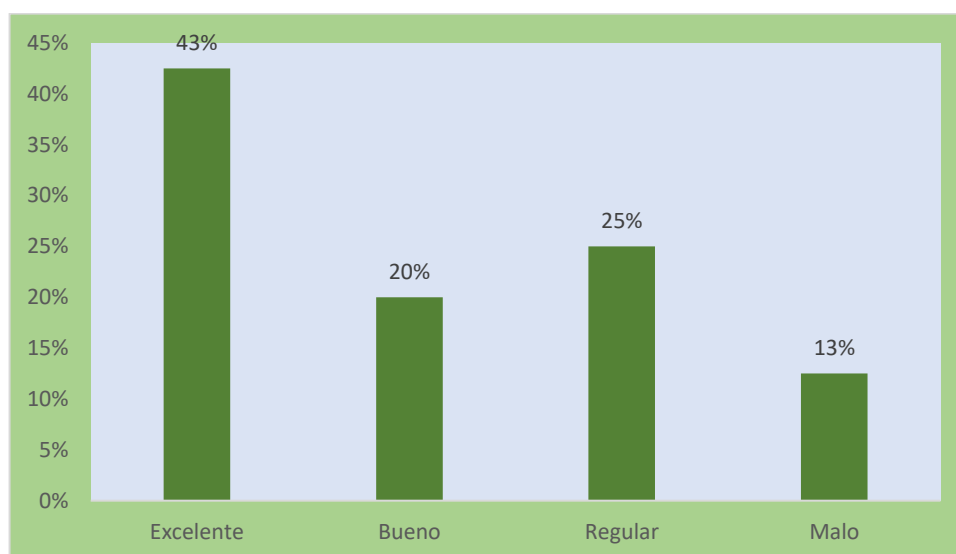


Gráfico N° 4 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Capacidad de respuesta según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 4

En la tabla y gráfico N° 5 se observa que el 75% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology consideran que la calidad del servicio en su dimensión Seguridad es excelente, y el 25% lo califica como malo.

Tabla N° 5 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Seguridad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

	N° de clientes	% de clientes
Excelente	30	75%
seguridad Malo	10	25%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta

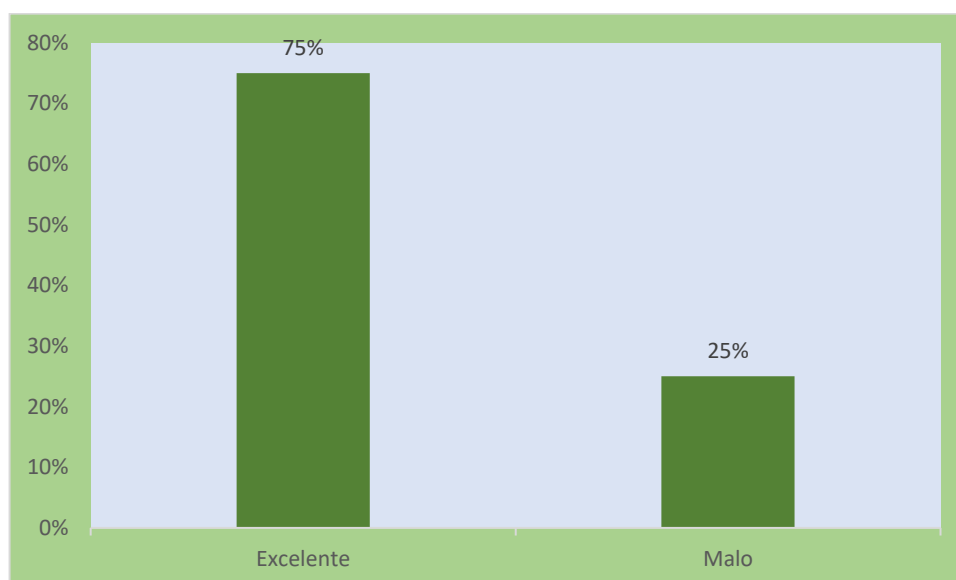


Gráfico N° 5 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Seguridad según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 5

En la tabla y gráfico N° 6 se observa que el 75% de los clientes externos de la empresa Delcont Technology consideran que la calidad del servicio en su dimensión Empatía es excelente, y el 25% lo califica como regular.

Tabla N° 6 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Empatía según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

	N° de clientes	% de clientes
Excelente	30	75%
Empatia Regular	10	25%
Total	40	100%

Fuente: Encuesta

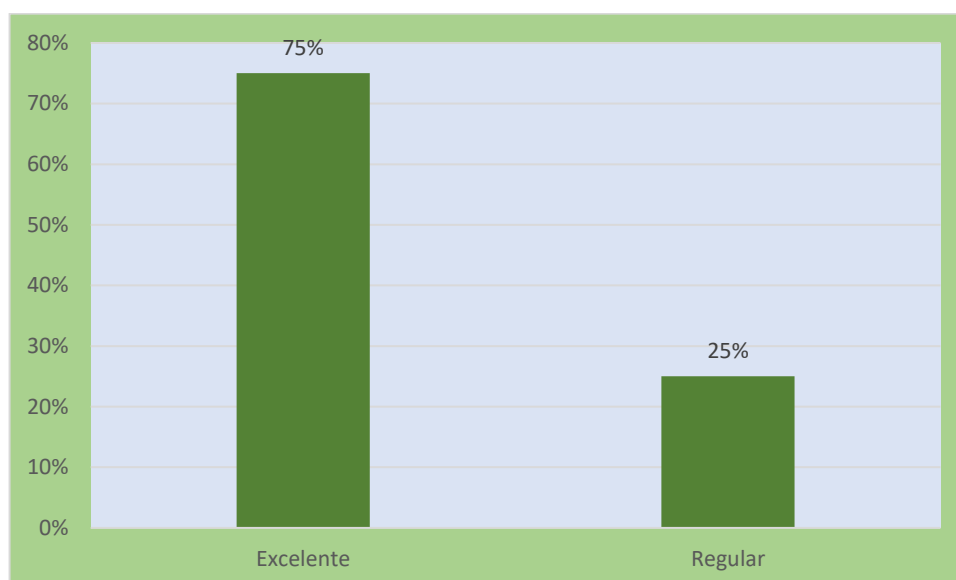


Gráfico N° 6 Nivel de calidad de servicio en su dimensión Empatía según los clientes externos de la empresa Delcont Technology en Iquitos-Punchana noviembre 2020

Fuente: Tabla N° 6

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En la tabla y gráfico N° 1 la investigación determinó que el 50% de los clientes externos de la empresa unipersonal Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana a noviembre del 2020 consideran que la calidad de servicio es excelente y un 28% considera que es buena, es decir casi el 80% considera que la calidad del servicio es más que aceptable, lo que demuestra que el propietario de la empresa es cuidadoso con sus clientes y proporciona a sus colaboradores todas las facilidades para dar un buen servicio a sus clientes, porque considera que son ellos la razón de la existencia de la empresa y de ellos dependerá para su crecimiento y consolidación en el mercado; además la investigación demuestra que ha sido cuidadoso en cada uno de las dimensiones de la calidad de servicio ya que el mayor porcentaje de calificación esta entre excelente y bueno. Estos resultados se aproximan a los resultados obtenidos por Hernández en el 2015 donde concluye que un 31.4% de los clientes de la empresa Minimarket Adonay E.I.R.L. están medianamente de acuerdo con la calidad del servicio; en el mismo sentido Hurtado en el 2018 en una investigación aplicada de nivel correlacional y de diseño no experimental determinó que el 35% de los clientes del esparcimiento Paintball manifestaron que la calidad del servicio es buena y el 35 % expresaron que la calidad es aceptable.

Esta fortaleza de la empresa de tener las cinco dimensiones de la calidad de servicio, calificaciones entre bueno y excelente deben conservarse y analizar algunas debilidades que están reflejada en la base datos para poder superarlas.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES**

1. El 50% de los clientes externos de la empresa unipersonal Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana a noviembre del 2020 indicaron que la calidad del servicio es excelente, 28 % manifestaron que es buena, 15% dijeron que es regular y solo un 8% consideran que la calidad de servicio es mala. Lo recomendable sería no tener evaluaciones de regular y malo ya que eso facilitaría fidelizar a sus clientes.
2. De las cinco dimensiones de la calidad del servicio, la dimensión tangibilidad es la única que no alcanzó a tener la evaluación de la calidad de excelente, pero alcanza un 88% de calificación como buena y un 13% de regular.
3. Las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y empatía han tenido evaluación de excelente que oscilan entre 43% y 75%, pero además tienen, evaluaciones de regular y las dimensiones de capacidad de respuesta y seguridad tienen calificaciones de mala, por lo tanto, es necesario que el propietario tome en consideración estas apreciaciones.



## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

1. Teniendo en consideración la evaluación, es pertinente que el propietario en forma periódica realice encuestas para comprobar si se mantiene el porcentaje (50%) de excelencia en la calidad del servicio y de no serlo tomar las acciones correctivas necesarias y en lo posible aplicar estrategias que le permitan elevar aún más ese porcentaje, ya que con eso garantizaría su crecimiento en el mercado e incrementaría su imagen empresarial.
2. Para mejorar la dimensión tangibilidad es necesario que el propietario evalúe los equipos tecnológicos con los que brinda atención a los clientes y de estar al alcance de sus posibilidades renovar los equipos y al mismo tiempo mejorar las instalaciones físicas de la empresa.
3. Para superar la debilidad en las dimensiones de capacidad de respuesta y seguridad donde tiene calificaciones de mala en 13% y 25% respectivamente es conveniente que se capacite al personal en forma permanente en temas relacionados de atención al cliente, trabajo en equipo, autoestima entre otros.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

Apuntalando a las Mypes. (28 de abril de 2020). El Perunao.

Bernal, D. (2014). Importancia del cliente interno y externo en las organizaciones. Bogota - Colombia.

Hernández, M. (2015). Calidad de de servicio y fidelidad del cliente en el minimarket Adonay E.I.R.L. Andahuaylas - Perú.

Hernandez-Sampieri, R. & Mendoza , Ch. . (2018). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw-Hill.

Hernandez-Sampieri, R. & Mendoza , Ch. (2018). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw-Hill.

Hurtado, R. M. (2018). Análisis de la calidad del servicio de atención y la satisfacción del cliente en el centro de esparcimiento Paitball X . Chimbote - Perú.

Loverlock, C y Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia. Mexico: Pearson.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1985). "A conceptual model of service quality: its implications for future research". . Washington: Journal of Marketing, vol. 28. .

Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. y Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality". Mexico: Journal of Retailing, vol. 64.

Valderrama, A. (2017). Calidad de servicio y a fidelización de os clientes de la Empresa de Bienes y Servciios para el Hogar S.A.C. "CARSA". Chimbote - Perú.

Zeithaml y Bitner. (2002). "Marketing de Servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa". Mexico: MC. GRAW HILL.

# **ANEXOS**

## 1. Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	DISEÑO Y TIPO	POBLACIÓN Y MUESTRA PROCESAMIENTO	INSTRUMENTO
PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DELCONT TECHNOLOGY DEL DISTRITO DE PUNCHANA, NOVIEMBRE 2020	<p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana, noviembre 2020?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana, noviembre 2020</p>	No se considera porque la investigación es descriptiva	Diseño: No experimental	<p><b>POBLACION:</b> La población de estudio está conformada por los principales clientes de la empresa Delcont Technology.</p> <p><b>MUESTRA:</b> Por ser la población pequeña, la muestra es del mismo tamaño de la población</p>	Cuestionario
	<p><b>Específicos</b></p> <p>1. ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la tangibilidad, en el periodo noviembre 2020?</p> <p>2. ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>1. Determinar y analizar la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la tangibilidad, en el periodo noviembre 2020</p> <p>2. Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de</p>		Tipo:  Descriptiva	<p><b>PROCESA MIENTO:</b></p> <p>Recolección de datos</p> <p>Construcción de la base datos con Excel-</p> <p>Análisis de datos</p> <p>Elaboración de tablas y gráficos</p>	

	<p>fiabilidad, en el periodo noviembre 2020?</p> <p>3. ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la capacidad de respuesta, en el periodo noviembre 2020?</p> <p>4. ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la seguridad, en el periodo noviembre 2020?</p> <p>5. ¿Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la empatía, en el periodo noviembre 2020?</p>	<p>Punchana respecto a la fiabilidad, en el periodo noviembre 2020</p> <p>3. Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la capacidad de respuesta, en el periodo noviembre 2020</p> <p>4. Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la seguridad, en el periodo noviembre 2020</p> <p>5. Cuál es la percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology de la ciudad de Iquitos distrito de Punchana respecto a la empatía, en el periodo noviembre 2020</p>				
--	--	--	--	--	--	--

## 2. Cuestionario

### Calidad de servicio

Estimado cliente de la empresa Delcont Technology, este cuestionario es anónimo por lo cual agradeceré responder con sinceridad y así poder recoger información confiable, para ello deberá marcar con una "X" la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

Para evaluar las variables, marcar con una "X" en el casillero del ítem correspondiente, utilice la siguiente escala valorativa:

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

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	<b>DIMENSIÓN 1:TANGIBLES</b>					
1	La empresa Delcont Technology cuenta con equipos tecnológicos necesarios para su atención					
2	Las instalaciones físicas de Delcont Technology son visualmente atractivas					
	<b>DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD</b>					
3	El personal de Delcont Technology tiene conocimiento adecuado de los productos o servicios que vende					
4	El personal de Delcont Technology muestra actitud positiva hacia la atención del cliente					
5	Si los clientes tienen problemas, el personal de Delcont Technology se preocupa por solucionarlo					
	<b>DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
6	Los empleados de Delcont Technology siempre se muestran dispuestos a ayudarlo					
7	El personal de Delcont Technology les brinda siempre un servicio rápido a los clientes					
8	El personal de Delcont Technology siempre está predispuesto para atender sus dudas					
	<b>DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD</b>					
9	El personal de Delcont Technology le muestra confianza a la hora de realizar sus compras o consultas					
10	El personal de Delcont Technology le muestra conocimiento a la hora de solucionar sus problemas					
	<b>DIMENSIÓN 5 EMPATÍA</b>					
11	El personal de Delcont Technology muestra cortesía al momento de atender					
12	El personal de Delcont Technology siempre está dispuesto a ayudar con sus dudas					

### 3. Consentimiento informado

Yo, \_\_\_\_\_,  
acepto participar voluntariamente en el estudio "Percepción del cliente externo de la calidad del servicio de la empresa Delcont Technology del distrito de Punchana de la ciudad de Iquitos, noviembre 2020".

Declaro que he leído (o se me ha leído) y (he) comprendido las condiciones de mi participación en este estudio. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas. No tengo dudas al respecto.

Firma participante  
Investigador/a

Firma

Responsable

Iquitos, \_\_\_\_\_ de setiembre del 2020

Este documento se firma en dos ejemplares quedando una copia en poder de cada parte