



UNAP



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

TESIS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE
LOS USUARIOS DE LA EMPRESA SEDALORETO, IQUITOS 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

BRENDA LA TORRE GONZALES

GINA CHRISTINA RENGIFO ASPAJO

ASESOR:

Lic. Adm. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2023



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°109-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los **21** días del mes de **agosto** del año 2023, a horas: **11:00 a.m.** se dio inicio en el Auditorio de ésta Facultad la sustentación pública de la Tesis titulada: "**CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA SEDALORETO, IQUITOS 2022**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°1466-2023-FACEN-UNAP** presentado por los Bachilleres en Ciencias Administrativas **BRENDA LA TORRE GONZALES** y **GINA CHRISTINA RÉNGIFO ASPAJO**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACION** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

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

- Lic. Adm. **MARLO CÉSAR GARCIA BARBARÁN, Mag.** (Presidente)
- Lic. Adm. **HUGO ORBE BARDALES, Mag.** (Miembro)
- Lic. Adm. **ROGER AGUSTIN MAFALDO HERRERA, Mag.** (Miembro)

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

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:
La Sustentación Pública y la Tesis han sido: *Aprobado* con la calificación *Buena*
(*15*).

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Siendo las *12:30 P.M.* del **21 de agosto** del 2023, se dio por concluido el acto académico.

[Signature]
Lic. Adm. **MARLO CÉSAR GARCIA BARBARÁN, Mag.**
Presidente

[Signature]
Lic. Adm. **HUGO ORBE BARDALES, Mag.**
Miembro

[Signature]
Lic. Adm. **ROGER AGUSTIN MAFALDO HERRERA, Mag.**
Miembro

[Signature]
Lic. Adm. **GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.**
Asesor

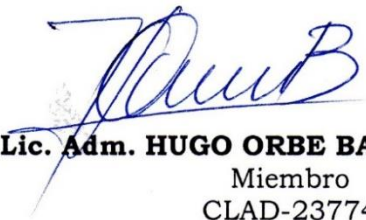
Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación
Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO y ASESOR



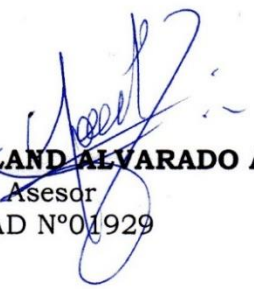
Lic. Adm. MARLO CÉSAR GARCÍA BARBARÁN, Mag.
Presidente
CLAP N°019-VII



Lic. Adm. HUGO ORBE BARDALES, Mag.
Miembro
CLAD-23774



Lic. Adm. ROGER AGUSTÍN MAFALDO HERRERA, Mag.
Miembro
CLAD - 006609



LIC.ADM. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor
CLAD N°01929

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACEN_TESIS_LA TORRE GONZALES_RE
NGIFO ASPAJO (2da rev).pdf**

AUTOR

**LA TORRE GONZALES / RENGIFO ASPAJ
O**

RECUENTO DE PALABRAS

6479 Words

RECUENTO DE CARACTERES

33531 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

39 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

492.3KB

FECHA DE ENTREGA

May 8, 2023 1:47 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 8, 2023 1:47 PM GMT-5**● 24% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 20% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 17% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

DEDICATORIA

Le dedico el resultado de este trabajo a mis padres Rosario y Esaud, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad y por su apoyo incondicional. A mi hermanito Valentino, que me motiva a ser mejor persona cada día. A mis abuelitos, en especial a mi Reginita en el cielo. Este logro que tanto anhelé es por y gracias a ustedes.

BRENDA LA TORRE GONZALES

Le dedico este trabajo a mi madre por su incondicional apoyo durante todo el proceso de mi formación profesional. A mi padre que, aunque hoy no está en este plano, su amor seguirá conmigo todos los días de mi vida. A mis hermanos por sus comprensión y amor. A mis Bubitos por su compañía en las noches de desvelo.

GINA CHRISTINA RENGIFO ASPAJO

AGRADECIMIENTO

Primero, damos gracias a Dios por habernos dado fortaleza para culminar nuestra formación profesional satisfactoriamente. A nuestros familiares por haber sido nuestro soporte y a nuestro asesor por el tiempo, dedicación y paciencia en la elaboración de este documento.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Bases teóricas	5
1.3. Definición de términos básicos	9
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	12
2.1. Formulación de la Hipótesis	12
2.2. Variable y su operacionalización	12
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	14
3.1. Diseño Metodológico	14
3.2. Diseño muestral	15
3.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos	16
3.4. Procesamiento y análisis de la información	16
3.5 Aspectos éticos	17

CAPÍTULO IV: RESULTADOS	18
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	32
CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN	34
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIÓN	37
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	39
ANEXOS	
1. Matriz de Consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Consentimiento informado	

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 1: Calidad de servicio	18
Cuadro N° 2 Estadística de fiabilidad de la Variable 1: Calidad de servicio	18
Cuadro N° 3 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 2: Satisfacción del usuario	19
Cuadro N° 4 Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2: Satisfacción del usuario	19
Cuadro N° 5 Correlación de la Variables 1 y 2	20
Cuadro N° 6 Correlación de la hipótesis específica 1	21
Cuadro N° 7 Correlación de la hipótesis específica 2	22
Cuadro N° 8 Correlación de la hipótesis específica 3	22
Cuadro N° 9 Correlación de la hipótesis específica 4	23
Cuadro N° 10 Correlación de la hipótesis específica 5	24
Cuadro N° 11 Categoría de la Variable 1: Calidad de servicio	24
Cuadro N° 12 Categoría de la Dimensión 1: Fiabilidad de la Variable 1	25
Cuadro N° 13 Categoría de la Dimensión 2: Capacidad de respuesta de la Variable 1	26
Cuadro N° 14 Categoría de la Dimensión 3: Seguridad de la Variable 1	27
Cuadro N° 15 Categoría de la Dimensión 4: Empatía de la Variable 1	28
Cuadro N° 16 Categoría de la Dimensión 5: Aspectos tangibles de la Variable 1	29
Cuadro N° 17 Categoría de la Variable 2: Satisfacción del usuario	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1 Categoría de la Variable 1: Calidad de servicio	25
Gráfico N° 2 Categoría de la Dimensión 1: Fiabilidad de la Variable 1	26
Gráfico N° 3 Categoría de la Dimensión 2: Capacidad de respuesta de la Variable 1	27
Gráfico N° 4 Categoría de la Dimensión 3: Seguridad de la Variable 1	28
Gráfico N° 5 Categoría de la Dimensión 4: Empatía de la Variable 1	29
Gráfico N° 6 Categoría de la Dimensión 5: Aspectos tangibles de la Variable 1	30
Gráfico N° 7 Categoría de la Variable 2: Satisfacción del usuario	31

RESUMEN

El presente estudio tuvo como propósito determinar la relación calidad del servicio y la satisfacción del usuario de Sedaloretto, Iquitos 2022. La población de está conformada por 200 clientes que visitan el área de atención al cliente. con una puntuación de correlación de Pearson resultante de 0,738**. y 0,000 es el valor sigma bilateral. En los casos en que el valor P (significación) sea inferior a 0,05, aplique la regla de decisión. La idea ha ganado aceptación. En Sedaloretto, 2022, se encontró una correlación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con un valor de correlación de Pearson de 0.738** y un valor de sigma de 0.000. Esto confirmó la validez de la hipótesis. arrozal. La correlación es moderada, pero debido a su importancia, encontramos que las características de calidad de servicio de la empresa están relacionadas con la satisfacción del usuario. En cuanto a las categorías, son: La variable 1, calidad del servicio, fue calificada en la categoría buena por el 72% de los usuarios, y la variable 2, satisfacción del usuario, fue calificada en la categoría regular por el 62% de las veces.

Palabras Clave: Calidad, Servicio, Satisfacción, Fiabilidad, Seguridad y Empatía.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between service quality and customer satisfaction for the company Sedaloretto, Iquitos 2022. The study population of the experiment is made up of 200 Sedaloretto customers who visit the customer service area. with a resulting Pearson correlation score of 0.738**. and 0.000 is the two-sided sigma value. In cases where the P-value (significance) is less than 0.05, apply the decision rule. The idea has gained acceptance. In Sedaloretto, 2022, a significant correlation was found between service quality and user satisfaction, with a Pearson correlation value of 0.738** and a sigma value of 0.000. This confirmed the validity of the hypothesis. rice paddy. The correlation is moderate, but due to its importance, we found that the company's quality of service characteristics are related to user satisfaction. Regarding the categories, they are: Variable 1, service quality, was rated in the good category by 72% of users, and variable 2, user satisfaction, was rated in the regular category by 62% of users. the times.

Keywords: Quality, Service, Satisfaction, Reliability, Security and Empathy.

INTRODUCCIÓN

Para comer, preparar los alimentos y, naturalmente, cuidar su salud, cada persona necesita tomar unos 50 litros de agua por día, según las Naciones Unidas. Esto se debe a que todos los seres vivos requieren acceso al agua como una necesidad. Ante la necesidad que tiene nuestra ciudad de consumir agua potable y el consiguiente aumento de la demanda de la necesidad humana básica más esencial, como es el agua potable, Sedaloreto enfrenta el desafío de brindar un servicio adecuado a la población. Sedaloreto, a su vez, es el único proveedor de agua potable y alcantarillado de la ciudad. El personal operativo encargado de distribuir el servicio juega un papel crucial para asegurar la satisfacción del usuario y entregar agua potable con la calidad esperada.

Este estudio analiza cómo se realiza el servicio de agua potable de Sedaloreto y cómo se relaciona la satisfacción del usuario con el mismo. Se justifica porque nos permitirá conocer las categorías y niveles de las dimensiones de cada variable.

Para este estudio la población está conformada por 200 clientes de Sedaloreto que acuden al área de atención al cliente. En la metodología de investigación se utiliza un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, el cual es descriptivo y correlacional.

Teniendo esto en cuenta, la investigación se divide en ocho capítulos:

El primer capítulo está desarrollado por el marco teórico, el cual está conformado por el contexto de investigación, sustentos teóricos y definiciones de términos fundamentales.

En el capítulo dos se desarrolla el concepto de Hipótesis y Variables.

El tercer capítulo desarrolla una metodología que incluye diseño muestral, técnica e instrumento de recolección de datos, procesamiento y análisis de la información y consideraciones éticas.

En el capítulo cuatro se desarrollan en detalle los resultados.

El capítulo 5 contiene la discusión.

El sexto capítulo contiene las conclusiones.

El capítulo 7 del libro contiene las recomendaciones.

El capítulo ocho desarrolla las fuentes hasta su finalización.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Durante el 2018 se ejecutó un estudio cuantitativo con diseño correlacional denominado “Satisfacción de los altos consumidores en relación a la calidad del servicio de agua potable de la ciudad de Guayaquil”. El objetivo del estudio fue conocer la relación entre la satisfacción de los usuarios y el abastecimiento de agua de la ciudad de Guayaquil. Su población estuvo conformada por 1184 usuarios intensivos del servicio, siendo seleccionados para la muestra 295 usuarios intensivos de la ciudad de Guayaquil. Un cuestionario que pasó por un proceso de validación y confiabilidad sirvió como instrumento de encuesta y constó de 22 preguntas. Como resultado, localizamos que la satisfacción del usuario y la disponibilidad de agua potable tenían una correlación de 0.820. Finalmente, se demuestra que la calidad del servicio de agua tiene un gran impacto en la satisfacción de los clientes con el servicio. (Aguirre , 2018).

En el 2022 se desarrolló el trabajo “Gestión del servicio de agua y satisfacción de los usuarios en el distrito de Lurín, sector D - Lima 2021”. Diseño no experimental y enfoque cuantitativa con niveles de correlación. El objetivo es buscar la relación entre la satisfacción del cliente en el distrito de Lurín y la operación del sistema de agua potable en 2021. La muestra es 383 usuarios, con una población de 2752 clientes. Los resultados y recomendaciones indicaron que hubo una relación significativa ($r=0,863$ y $p=0,000$) entre las variables examinadas (Diaz, 2022)

En el año 2017 se realizó un estudio descriptivo correlacional con el enfoque de "Manejos de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016"

La complacencia de los usuarios sugiere que el servicio no se está prestando adecuadamente. Los usuarios se molestan y enojan cuando los niveles de capacidad de respuesta, empatía y confianza en el manejo de las quejas cambian con frecuencia.

Podemos identificar los factores que impiden a los usuarios superar las expectativas y alcanzar el nivel de satisfacción deseado porque podemos desarrollar y validar la existencia de relaciones entre variables a través del análisis de trabajos de investigación. (Garcia Torres, 2016)

En 2018, un estudio descriptivo con diseño no experimental investigó la relación entre la calidad higiénica y la satisfacción de los usuarios en el distrito de Morales. El estudio encontró una conexión entre la satisfacción del usuario y la calidad higiénica. Su población fue 29.302 y se utilizó una muestra aleatoria simple para la población finita. La muestra fue de 137 residentes, el método fue encuesta y se utilizó un cuestionario. para estudiar variables. Los resultados de la calidad del servicio fueron 92 % promedio, 7 % buenos y 1 % malos. La satisfacción de los usuarios es 84% buena y 16% mala. En este estudio, la calidad del servicio afectó La satisfacción del usuario se correlacionó negativamente con la felicidad del usuario, la capacidad de respuesta y la confiabilidad con la satisfacción del usuario ($Rho = 0,285$; $p =$

0,001; asociación positiva débil) y la empatía con la felicidad del usuario. (Torres Galvez, 2018).

1.2. Bases teóricas

Calidad de servicio

Lograr que un cliente se sienta satisfecho es un signo confiable del calibre de un servicio. Los clientes están satisfechos cuando obtienen más de lo que esperaban. Sin embargo, debido a que este nivel de satisfacción está influenciado por elementos irracionales como expectativas y percepciones, la calidad no siempre es algo que las empresas puedan medir o definir objetivamente siempre brindan retroalimentación sobre las percepciones de los clientes sobre sus servicios. (Arellano Diaz, 2017).

(Vargas, M & Quiñonez L, 2015) El término "calidad de servicio" puede tener muchos significados diferentes. Es fundamental en el contexto que nos interesa entender la gestión como la colocación de beneficios ornamentales de carácter cuantitativo o subjetivo que acompañan al beneficio primario. A partir de ahora consta de artículos o de gestión.

Dimensiones de la calidad de servicio:

(Gaither & Fraizer, 2000, pág. 652) señala que son cinco dimensiones, los mismos que se detalla a continuación:

- a) Elementos tangibles: Se compone de activos físicos que los usuarios pueden evaluar cuantitativamente y utilizar para medir qué tan bien se proporciona un servicio, como edificios y equipos.
- b) Fiabilidad: Es la medición precisa del servicio desde una variedad de perspectivas (servicio y gestión).
- c) Capacidad de respuesta: Para disminuir las molestias de los usuarios, es necesario estar dispuesto y ser capaz de dar respuestas rápidas y completas a sus necesidades.
- d) Seguridad: Con énfasis en la planificación, se refiere a la propiedad de algo donde no hay riesgos, peligros o daños.
- e) Empatía: permite entender a los demás en cuanto a su forma de pensar, respetando su cultura y costumbres.

Calidad del servicio de atención al cliente

(Vargas Quiñonez & Aldana De Vega , 2014) Demuestra que el servicio se ha adaptado a las necesidades y expectativas del cliente. Siempre es beneficioso luchar por la excelencia en el comportamiento y la interdependencia que resulte en un proceso de construcción basado en las necesidades y el bienestar potencial del cliente. Calidad significa: Siempre cumplir nuestras promesas para satisfacer las demandas de nuestros clientes. Satisfacer las necesidades del cliente a un precio razonable según su percepción.

Satisfacción al usuario

De acuerdo con el enfoque cognitivo, el proceso de satisfacción implica que los sujetos evalúen críticamente el escenario de compra/venta y luego

expresen su satisfacción o insatisfacción como resultado (Baena, J, Garcia J., Bernal, A., Lara A. , & Galvez, P., 2016, págs. 216 - 219). En la aproximación emocional al concepto de satisfacción, los resultados que los consumidores obtienen durante su experiencia de consumo provocan dos tipos de evaluación. En primer lugar, se genera una valoración inicial asociada al éxito o al fracaso, evocando un estado emocional que anima a los consumidores el agrado o desagrado, y, en segundo lugar, se generan valoraciones secundarias que se relacionan con diversas emociones (ira, gratitud, culpa, frustración, ira, arrepentimiento, etc.) formadas tras el proceso de atribución casual. (Moliner, B., Gil, I., & Ruiz, 2014, págs. 1 - 23)

Categorías principales de la Satisfacción al usuario

Basado en la evaluación del autor (Denove & Power, 2006, pág. 4) Ofrece tres categorías ilógicas que sirven para medir la satisfacción del cliente:

- El alto nivel de servicio imparcial prestado.
- La valoración personal del cliente sobre el nivel de servicio recibido.
- La forma de prestar los servicios.

Niveles de satisfacción

(Equipo vértice, 2010) Demuestra que la diferencia entre lo que recibe un cliente a cambio de usar un producto o servicio y lo que el mismo cliente espera recibir a cambio del mismo producto o servicio es lo que se entiende por el término "nivel de satisfacción del cliente". Debido a esto, se dice que muchas empresas trabajan constantemente para brindarles a sus clientes es

satisfacción. Los clientes a menudo deciden cambiar de proveedor porque sienten que ofrecen mejores beneficios, porque es menos probable que los clientes muy satisfechos decidan. Para cambiar de empresa, y con el tiempo, esta lealtad se basa no solo en motivos materiales, sino también emocionales. Específicamente, se refiere a la discrepancia entre los valores recibidos y esperados. El autor clasifica tres niveles de satisfacción:

- Insatisfecho: Cuando un bien o servicio no proporciona las ventajas que el cliente esperaba.
- Satisfecho: Cuando un cliente experimenta un producto o servicio exactamente de la misma manera que anticipa.
- Muy satisfecho: Siempre que la percepción de valor del cliente por el producto o servicio recibido sea superior a sus expectativas.

Importancia de la satisfacción al cliente

Las empresas de servicios no podrían sobrevivir sin clientes. Cada proveedor de servicios debe cuantificar y definir la satisfacción del servicio.

La satisfacción se define generalmente como "la representación de sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales al cumplimiento de una necesidad o deseo de información" (Martin & Rey Martin, 2000).

Como resultado, se cree que la satisfacción del cliente es una métrica o parámetro que muestra qué tan bien los productos y servicios de una organización cumplen o superan las expectativas de sus clientes. Según el Rating Index, se conoce como satisfacción del cliente al porcentaje de clientes

que tienen una experiencia positiva o satisfactoria con un negocio, sus productos o servicios.

Ahora hablamos de satisfacción del cliente cuando un cliente está contento con el servicio que ha recibido. La respuesta del cliente al estar saciado es satisfacción, afirman (Kotler & Armstrong, 2012) Es una conclusión que una función de servicio por sí misma ofrece un nivel placentero de recompensa.

1.3. Definición de términos básicos

Calidad: Todos los aspectos del diseño, desarrollo, fabricación y mantenimiento de un producto que están directamente relacionados con las necesidades del cliente se consideran de alta calidad. (Feigenbaum, 1994)

Servicio: (Sangri Coral, 2008). El servicio se define como "el conjunto de cosas que se ofrecen en venta o se dan con la venta".

Los servicios son actividades, ventajas o placeres esencialmente intangibles que no son tangibles y se ofrecen para su compra o alquiler. Implica una serie de servicios interconectados proporcionados por el proveedor para garantizar que el cliente reciba el producto en el momento y lugar adecuados y lo use correctamente. (Sandhusen, 2002)

Satisfacción: Es descrito por los autores (Morales Sanchez & Hernandez Mendo, 2004) como una valoración posterior del consumo o uso del bien o servicio solicitado, susceptible de cambio de las 8 actitudes una vez finalizada la actividad, así como su resultado. los componentes cognitivos y afectivos de los procesos psicosociales.

Fiabilidad: Capacidad para realizar servicios de manera cortés y confiable. Mantener la calidad de los servicios o productos que se han ofrecido desde el inicio de la venta. Establecer resiliencia con las marcas y el personal involucrado para resolver futuras disputas y dudas. "En las comunicaciones interpersonales, es mucho más probable que los consumidores sean persuadidos por vendedores que inspiran confianza y presentan una imagen de honestidad e integridad", dice el estudio (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 299)

Capacidad de respuesta: Según (Blanco, 2009) Esto se puede ver en la responsabilidad de la organización que proporciona el servicio. Indica qué tan dispuesta está una organización a proporcionar o realizar servicios a los consumidores. Para hacer esto, debemos ser conscientes de cómo lo hacemos y lo entregamos. Debe saberlo rápidamente. Esto depende de muchos factores, dependiendo de la instalación a la que presta servicios, ya que el proveedor también tiene una fuerte influencia en esto con el tiempo.

Seguridad: (Reese, 2008) señala que las unidades de negocio y el personal se establecen en la detección, planificación e implementación de medidas preventivas para evitar situaciones peligrosas durante la prestación del servicio que son calificadas como ineficientes por los usuarios. Se refiere a la seguridad que brinda la actitud del personal que los atiende. Su conocimiento, cortesía, habilidades de comunicación y capacidad para infundir confianza y satisfacción en los clientes que buscan productos y servicios.

Empatía: (Hernandez P. , 2011, págs. 349-368) establece que para brindar atención al cliente, debemos comprender las necesidades de nuestros clientes, sentirse bien atendidos, tratados, valorados y desear su comodidad.

Aspectos tangibles: Se toman medidas del estado físico de las personas, maquinaria, edificios y herramientas de comunicación. Este concepto incluye la evidencia física y la apariencia de elementos o artefactos, instalaciones y equipos, y personal que interviene en el servicio. (Zeithalm, Bitner, & Gremler, 2009)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de la Hipótesis

Hipótesis general

Ha: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.

Hipótesis específicas

- a) Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022
- b) Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022
- c) Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022
- d) Existe relación significativa entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022
- e) Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

2.2. Variable y su operacionalización

Variables

Variable 1: Calidad del servicio

Variable 2: Satisfacción del usuario

Operacionalización

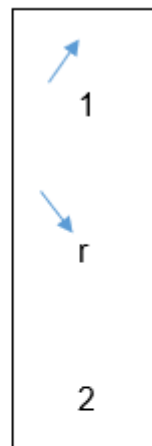
Variables	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Categorías de la variable	Categorías de las dimensiones	Escala de medición	Instrumento de recolección
Calidad de servicio	La calidad es la continua satisfacción de las necesidades y obligaciones de los clientes. proporcionar al cliente lo que requiere a un costo que considere razonable. (Vargas, M & Quiñonez L, 2015)	Cuantitativo	Fiabilidad	Ítems, 1-5	Alta: 62-85 Media: 39-61 Baja: 17-38	Alta: 19-25 Media: 12-18 Baja: 5-11	Ordinal	Encuesta
			Capacidad de respuesta	Ítems, 6-8		Alta: 11-15 Media: 7-10 Baja: 3-6		
			Seguridad	Ítems, 9-12		Alta: 15-20 Media: 9-14 Baja: 4-8		
			Empatía	Ítems, 13-14		Alta: 8-10 Media: 5-7 Baja: 2-4		
			Aspectos Tangibles	Ítems, 15-17		Alta: 11-15 Media: 7-10 Baja: 3-6		
Satisfacción del usuario	Proceso en el que los participantes valoran lógicamente la circunstancia de compra/venta, conduciendo finalmente a su satisfacción o insatisfacción. (Baena, J, Garcia J., Bernal, A., Lara A. , & Galvez, P., 2016)	Cuantitativo	Rendimiento Percibido	Ítems, 18-19	Alta: 22-30 Media 14-21 Baja: 6- 13	No aplica	Ordinal	Encuesta
			Expectativas	Ítem 20				
			Niveles de satisfacción	Ítems, 21-23				

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

Para describir cómo se desarrollan los eventos de la manera más natural posible, el estudio emplea un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo correlacional. Debido que no se manipulan los sujetos de estudio, el diseño es no experimental (Hernandez & Mendoza, 2018) El diseño es correlacional porque su objetivo es conectar ideas, hechos, fenómenos o variables. Las variables y sus relaciones se cuantifican en términos estadísticos.

Diseño descriptiva – correlacional



Dónde:

M: Muestra, los usuarios de Sedaloreto

V1: Calidad de servicio

V2: Satisfacción del usuario

r = Relación entre variables

3.2. Diseño muestral

Población de estudio

200 clientes de la empresa Sedaloretto conformarán la población de estudio debido a que esa es la cantidad típica de clientes que atiende la oficina comercial de atención al cliente un día a la semana.

Muestreo o selección de la muestra

Los mismos 54 usuarios que componen la muestra, que se estableció mediante la fórmula para poblaciones finitas, serán encuestados en un solo día hábil.

$$n = \frac{N * Z_{1-\alpha}^2 * p * q}{E^2 * (N-1) + Z_{1-\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

N : Población

n : Muestra

Z : 95% nivel de confianza (1,96)

p : 0,95 (probabilidad de éxito)

q : 0,05 (probabilidad de fracaso)

E : 0,05

Ajustando tenemos que:

$$n = \frac{N * Z_{1-\alpha}^2 * p * q}{E^2 * (N-1) + Z_{1-\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{200 * 1,96 * 0,95 * 0,05}{0,05^2 * (200 - 1) + 1,96 * 0,95 * 0,05} = 54$$
$$n = 54$$

3.3. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Procedimiento

Los datos se recogerán mediante la siguiente técnica:

- Para realizar la investigación se solicitará el permiso de la Gerencia Comercial de Sedaloreto.
- Después de recibir el permiso, la encuesta se entregará a los usuarios.
- La base de datos estará lista para su ingreso y procesamiento mediante el software estadístico SPSS una vez finalizadas las encuestas.

Técnica e instrumento

Para la recolección de los datos se utilizó como instrumento el cuestionario, y la encuesta como técnica.

3.4. Procesamiento y análisis de la información

- Para el tratamiento de los datos recogidos se utilizará el programa Microsoft Excel, junto con sus tablas de cálculo y gráficos.
- Utilizando el programa estadístico SPSS 26, los datos serán luego analizados estadísticamente.
- Se crearon cuadros y gráficos que se encuentran en los resultados de este estudio.

3.5 Aspectos éticos

Esta investigación se completó de acuerdo con los requisitos de la universidad, siguiendo los modelos actuales y empleará las citas de la APA. La confidencialidad de las respuestas será revelada a los participantes de la encuesta, y es importante señalar que la participación en las mismas fue voluntaria.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Después de la ejecución de las encuestas, ingresamos los datos generados al paquete estadístico SPSS V.26 para obtener los siguientes resultados:

Cuadro N° 1 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 1: Calidad de servicio

		N	%
Casos	Válido	54	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	54	100,0

En el Cuadro N° 01 nos muestra que de 54 casos procesados para la variable 1, son válidos un total de 54 casos y no existe casos excluidos.

Cuadro N° 2 Estadística de fiabilidad de la Variable 1: Calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,900	17

En el Cuadro N° 02 nos indica que el coeficiente de confiabilidad del Alfa de Cronbach es igual a 0,900, de acuerdo al baremo para el coeficiente de confiabilidad, para la variable 1: Calidad de servicio los casos procesados tienen un grado muy alto de confianza.

Cuadro N° 3 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 2: Satisfacción del usuario

		N	%
Casos	Válido	54	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	54	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

En el Cuadro N° 03 nos muestra que de 54 casos procesados para la variable 2, son válidos un total de 54 casos y no existe casos excluidos.

Cuadro N° 4 Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2: Satisfacción del usuario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,807	6

En el Cuadro N° 04 nos indica que el coeficiente de confiabilidad del Alfa de Cronbach es igual a 0,807, de acuerdo al baremo para el coeficiente de confiabilidad, para la variable 2: Satisfacción del usuario los casos procesados tienen un grado muy alto de confianza.

Correlación de la hipótesis general

H_a= Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloretto, Iquitos 2022

Cuadro N° 5 Correlación de la Variables 1 y 2

		V1: Calidad de servicio	V2: Satisfacción del usuario
V1: Calidad de servicio	Correlación de Pearson	1	,738**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,738**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

El cuadro N° 05 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,738** lo cual indica una correlación significativa positiva media de acuerdo a la teoría presente en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014); además, el valor de sigma (bilateral) es de 0,000; de acuerdo a la Regla de Decisión señalada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significancia) es menor a 0.05; se acepta la hipótesis; entonces, afirmamos que “Existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”.

Correlación de las hipótesis específicas

H₁= Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

Cuadro N° 6 Correlación de la hipótesis específica 1

		Correlaciones	
		D1: Fiabilidad	V2: Satisfacción del usuario
D1: Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,625**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,625**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

El cuadro N° 06 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,625** lo cual indica una correlación significativa positiva débil de acuerdo a la teoría presente en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es de 0,00; de acuerdo a la Regla de Decisión señalada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significancia) es menor a 0.05; se acepta la hipótesis; entonces, podemos afirmar que se aprueba la hipótesis: “Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”.

H₂= Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

Cuadro N° 7 Correlación de la hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		D2: Capacidad de respuesta	V2: Satisfacción del usuario
D2: Capacidad de respuesta	Correlación de Pearson	1	,491**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,491**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

El cuadro N° 07 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,491** lo cual indica una correlación significativa positiva débil de acuerdo a la teoría en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es de 0,00; de acuerdo a la Regla de Decisión señalada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significancia) es menor a 0.05; se acepta la hipótesis; entonces, podemos afirmar que se aprueba la hipótesis: “Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”.

H₃= Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

Cuadro N° 8 Correlación de la hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		D3: Seguridad	V2: Satisfacción del usuario
D3: Seguridad	Correlación de Pearson	1	,716**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,716**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

El cuadro N° 08 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,716** lo cual indica una correlación significativa positiva media de acuerdo a la teoría en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es de 0,00; de acuerdo a la Regla de Decisión señalada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significancia) es menor a 0.05; se acepta la hipótesis; entonces, podemos afirmar que se aprueba la hipótesis: “Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”.

H4= Existe relación significativa entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

Cuadro N° 9 Correlación de la hipótesis específica 4

		Correlaciones	
		D4: Empatía	V2: Satisfacción del usuario
D4: Empatía	Correlación de Pearson	1	,409**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,409**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	54	54

El cuadro N° 09 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,409** lo cual indica una correlación significativa positiva débil de acuerdo a la teoría en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es de 0,02, se acepta la hipótesis; entonces, podemos afirmar que se aprueba la hipótesis: “Existe relación significativa entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”.

H₅= Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022

Cuadro N° 10 Correlación de la hipótesis específica 5

		D5: Aspectos tangibles	V2: Satisfacción del usuario
D5: Aspectos tangibles	Correlación de Pearson	1	,654**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	54	54
V2: Satisfacción del usuario	Correlación de Pearson	,654**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	54	54

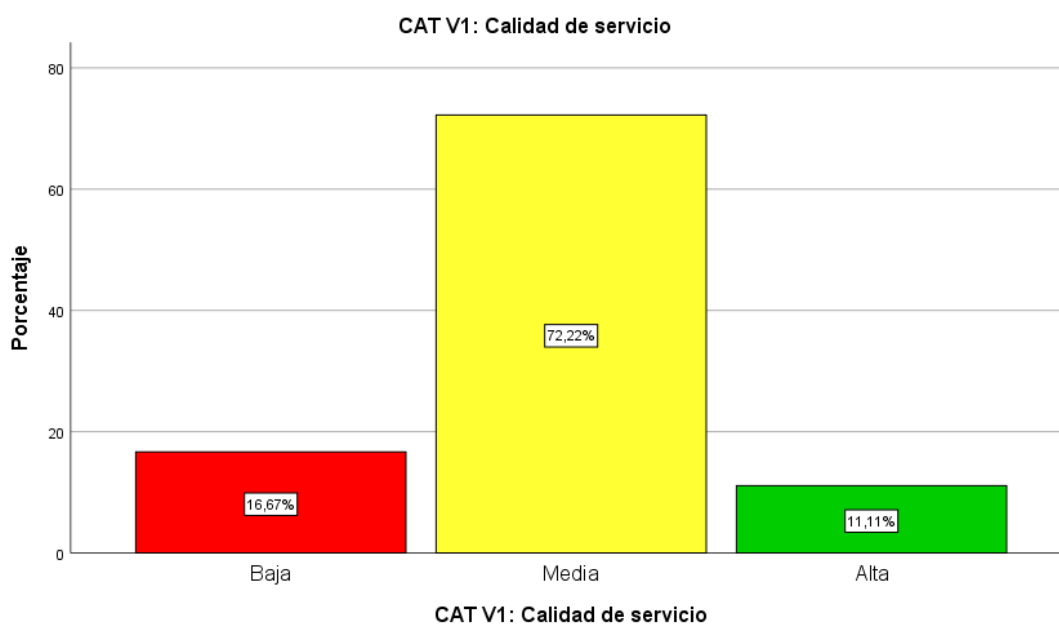
El cuadro N° 10 muestra un valor de correlación de Pearson igual a 0,654** lo cual indica una correlación significativa positiva media de acuerdo a la teoría en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es de 0,00; de acuerdo a la Regla de Decisión señalada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significancia) es menor a 0.05; se acepta la hipótesis; entonces, podemos afirmar que se aprueba la hipótesis: “Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”

Frecuencia de la Variable 1:

Cuadro N° 11 Categoría de la Variable 1: Calidad de servicio

		CAT V1: Calidad de servicio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	9	16,7	16,7	16,7
	Media	39	72,2	72,2	88,9
	Alta	6	11,1	11,1	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 1 Categoría de la Variable 1: Calidad de servicio



En el Gráfico N° 01 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio el 16.67% que corresponde a 9 personas considera que la calidad de servicio de la empresa es bajo, otro 72.22% correspondiente a 39 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y 11.11% que representa a 6 personas, se encuentra en la categoría de alto.

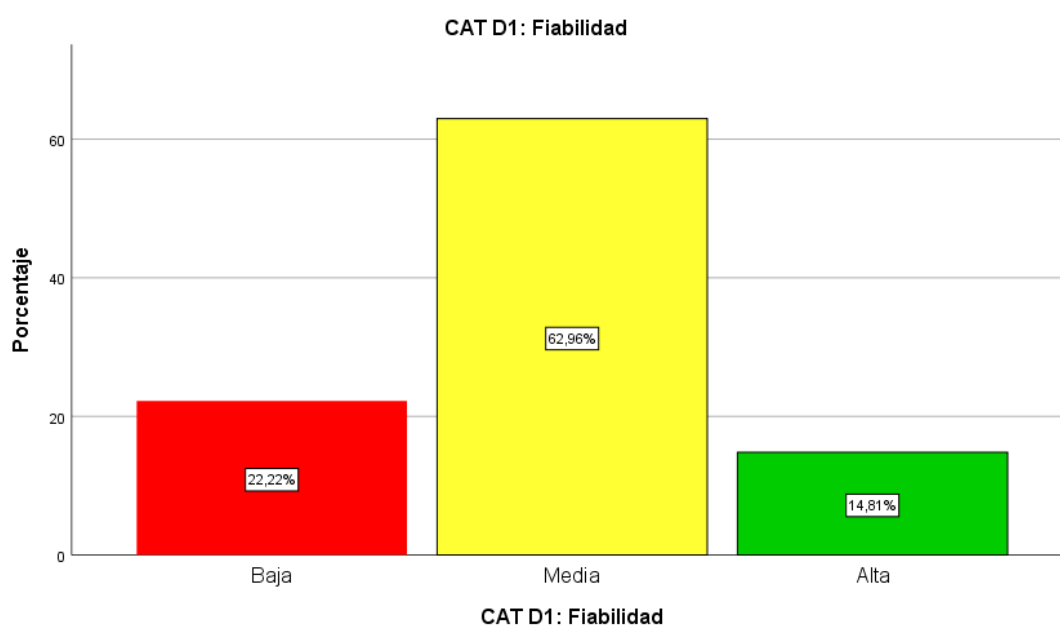
Frecuencia de las dimensiones de la variable 1

Cuadro N° 12 Categoría de la Dimensión 1: Fiabilidad de la Variable 1

CAT D1: Fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	12	22,2	22,2	22,2
	Media	34	63,0	63,0	85,2
	Alta	8	14,8	14,8	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 2 Categoría de la Dimensión 1: Fiabilidad de la Variable 1



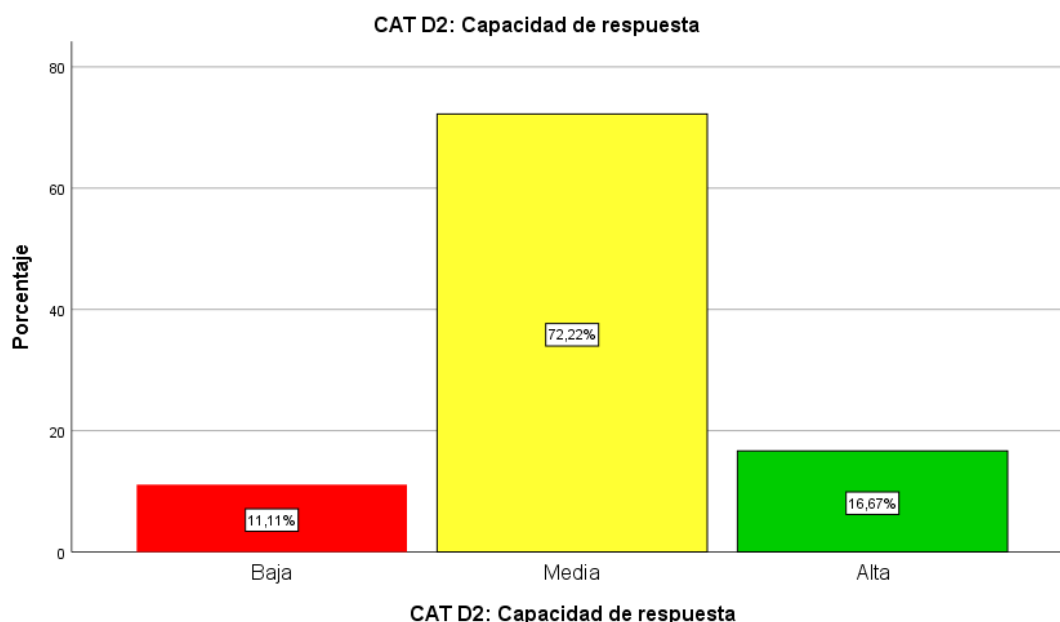
En el Cuadro N° 12 y Gráfico N° 02 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio - Dimensión 1: **Fiabilidad**, el 22.22% que corresponde a 12 personas considera que la dimensión Fiabilidad en la empresa es “bajo”, el 62.96% correspondiente a 34 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 14.81% correspondiente a 8 personas, consideran que se encuentra en el rango “alto”.

Cuadro N° 13 Categoría de la Dimensión 2: Capacidad de respuesta de la Variable 1

CAT D2: Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	6	11,1	11,1	11,1
	Media	39	72,2	72,2	83,3
	Alta	9	16,7	16,7	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 3 Categoría de la Dimensión 2: Capacidad de respuesta de la Variable 1



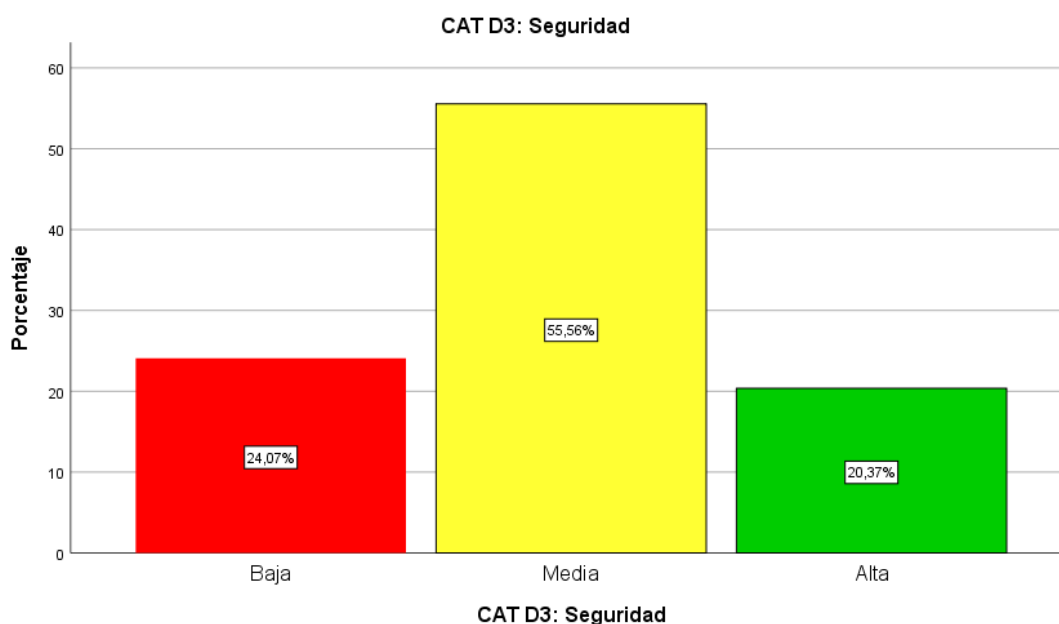
En el Cuadro N° 13 y Gráfico N° 03 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio - Dimensión 2: **Capacidad de respuesta**, el 11.11% que corresponde a 6 personas considera que la dimensión Capacidad de respuesta en la empresa es “bajo”, el 72.22% correspondiente a 39 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 16.67% correspondiente a 9 personas, consideran que se encuentra en el rango “alto”.

Cuadro N° 14 Categoría de la Dimensión 3: Seguridad de la Variable 1

CAT D3: Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	13	24,1	24,1	24,1
	Media	30	55,6	55,6	79,6
	Alta	11	20,4	20,4	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 4 Categoría de la Dimensión 3: Seguridad de la Variable 1

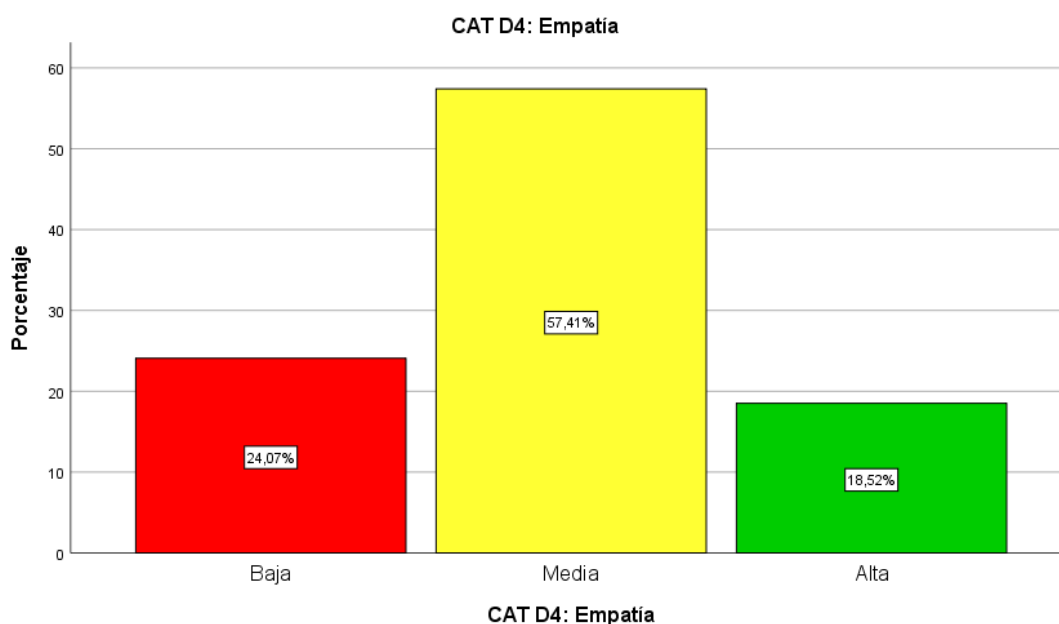


En la Cuadro N° 14 y Gráfico N° 04 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio - Dimensión 3: **Seguridad**, el 24.07% que corresponde a 13 personas considera que la dimensión Seguridad en la empresa es “bajo”, el 55.56% correspondiente a 30 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 20.37% correspondiente a 11 personas, consideran que se encuentra en el rango “alto”.

Cuadro N° 15 Categoría de la Dimensión 4: Empatía de la Variable 1

		CAT D4: Empatía			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	13	24,1	24,1	24,1
	Media	31	57,4	57,4	81,5
	Alta	10	18,5	18,5	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 5 Categoría de la Dimensión 4: Empatía de la Variable 1

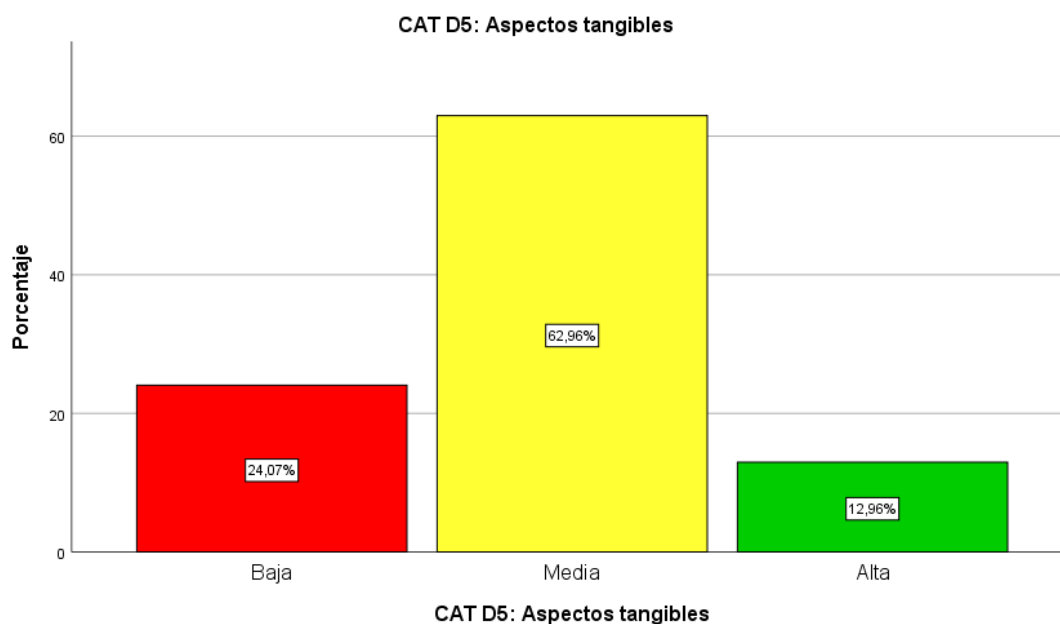


En el Cuadro N° 15 y Grafico N° 05 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio - Dimensión 4: **Empatía**, el 24.07% que corresponde a 13 personas considera que la dimensión Empatía en la empresa es “bajo”, el 57.41% correspondiente a 31 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 18.52% correspondiente a 10 personas, consideran que se encuentra en el rango “alto”.

Cuadro N° 16 Categoría de la Dimensión 5: Aspectos tangibles de la Variable 1

CAT D5: Aspectos tangibles					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	13	24,1	24,1	24,1
	Media	34	63,0	63,0	87,0
	Alta	7	13,0	13,0	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 6 Categoría de la Dimensión 5: Aspectos tangibles de la Variable 1



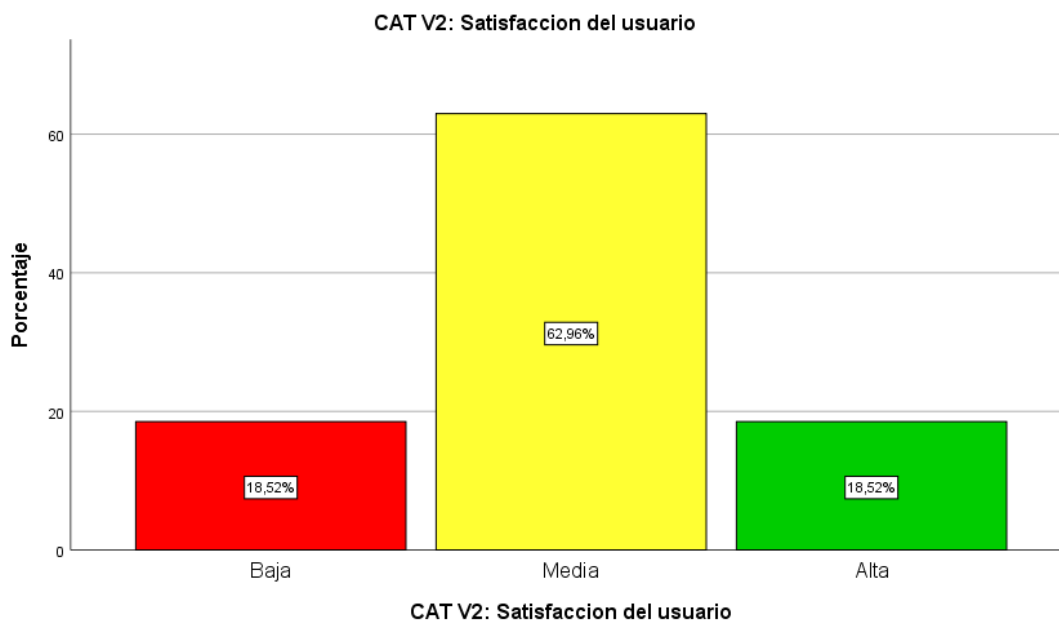
En el Cuadro N° 16 y Gráfico N° 06 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 1 Calidad de Servicio - Dimensión 5: **Aspectos Tangibles**, el 24.07% que corresponde a 13 personas considera que la dimensión Aspectos intangibles en la empresa es “bajo”, el 62.96% correspondiente a 34 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 12.96% correspondiente a 7 personas, consideran que se encuentra en el rango “alto”.

Cuadro N° 17 Categoría de la Variable 2: Satisfacción del usuario

Frecuencia de la Variable 2:

CAT V2: Satisfacción del usuario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	10	18,5	18,5	18,5
	Media	34	63,0	63,0	81,5
	Alta	10	18,5	18,5	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Gráfico N° 7 Categoría de la Variable 2: Satisfacción del usuario



En el cuadro N° 17 y gráfico N° 07 se muestra que para del promedio calculado de las respuestas de las personas encuestadas, respecto a la variable 2 Satisfacción, el 18.52% que corresponde a 10 personas considera que en la empresa es bajo, el 62.96% correspondiente a 34 personas, consideran que se encuentra en el rango de “medio” y el 18.52% que corresponde a 10 personas consideran que es “alto”.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Luego de obtener los resultados se descubrió que en la empresa Sedaloreto existe una relación media positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

A diferencia de la tesis de (Aguirre , 2018) que afirma que “la correlación entre la satisfacción del usuario y el servicio de agua potable de Guayaquil tuvo una correlación de Spearman positiva considerable igual a 0.820,” lo que demuestra que los factores que afectan el servicio de agua tienen un gran impacto en la satisfacción de los clientes con el servicio; mientras que nuestros resultados obtenidos de la correlación de Pearson son positiva media con un valor igual a 0.738, por lo que se puede decir que difieren del estudio antes mencionado.

El estudio “Gestión del Servicio de Agua y Satisfacción de los Usuarios del Distrito de Lurn, Sector D - Lima 2021” fue elaborado por (Diaz, 2022) en contraste $R=0.863$ y $p=0.000$ en los hallazgos y conclusiones indicaron una relación significativa entre las variables gestión del servicio de agua y la satisfacción del usuario. Teniendo como correlación positiva considerable, determinamos que nuestros resultados difieren de los resultados de nuestra investigación cuyo valor obtenido es 0738 que está en el rango de correlación positiva media.

Durante el mismo año, (Garcia Torres, 2016) Realizó un estudio descriptivo correlacional titulado “Gestión de procesos de reclamos y satisfacción del

cliente EMAPA San Martín SA”. “. el año de Tarapoto de 2016. Los hallazgos entre las variables reclamo operacional y satisfacción del cliente se clasifican como medio positivo en base al valor del coeficiente de correlación de 0.634. Llegamos a la conclusión de que está conectado con los hallazgos de la investigación porque se encuentran dentro del rango de una correlación positiva promedio de 0.738.

Finalmente, un estudio descriptivo con diseño no experimental fue desarrollado por (Torres Galvez, 2018) y se tituló “Calidad de los servicios de saneamiento y su relación con la satisfacción de los usuarios en el distrito de Morales”. Llegó a la conclusión de que existe una correlación positiva débil entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente ($Rho = 0,285$; $p = 0,001$), mientras que nuestros resultados obtenidos de la correlación de Pearson son positiva media con un valor igual a 0.738, por lo que se puede decir que difieren del estudio antes mencionado.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN

Se llegó a las siguientes conclusiones después de que procesamos los datos, obtuvimos los resultados, realizamos la discusión correspondiente y abordamos los problemas que planteó esta investigación:

1. El promedio calculado de las respuestas de los usuarios encuestados, con respecto a la variable 1 Calidad de Servicio, es de 16.67 por ciento, lo que equivale a 9 usuarios, aunque el grado de correlación es medio positivo. Se acepta la hipótesis, y se confirma que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en Sedaloretto, año 2022. Considere que el nivel de calidad del servicio que brinda la empresa es bajo, mientras que el 72.22 por ciento, o 39 usuarios, cae en el rango "medio" y 11.11 por ciento, o 6 usuarios, cae en el rango "alto".
2. El cuadro N° 06 De acuerdo con la teoría esbozada en el libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor 06 exhibe un valor de correlación de Pearson igual a 0.625**, lo que denota una correlación positiva débilmente significativa; el valor sigma (bilateral) es 0,00; Si como lo sugieren (Hernandez & Mendoza, 2018), el valor de P (significancia) es menor a 0.05, se plantea la siguiente hipótesis—“Existe una relación significativa entre la fiabilidad y satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloretto, Iquitos 2022” -es aceptado.

3. El cuadro N° 07 Según la teoría del libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de la correlación de Pearson de 07 es igual a 0.491**, lo que denota una correlación positiva débilmente significativa. El valor de la sigma bilateral es 0,00; La hipótesis se acepta si el valor de P (significación) es menor a 0.05, de acuerdo con la Regla de Decisión de (Hernandez & Mendoza, 2018), Teniendo esto en cuenta, podemos afirmar con seguridad que la siguiente afirmación es cierta: “Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloretto, Iquitos 2022”. Un cambio en la aplicación podría tener un efecto porque la fuerza de la correlación es débil pero significativa.

4. El valor de sigma (bilateral) es 0,00 de acuerdo con la teoría del libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), sin embargo, el valor de correlación de Pearson de la Tabla N° 08 es 0.716** de acuerdo con la regla de decisión propuesta por (Hernandez & Mendoza, 2018), lo que indica una correlación significativa positiva media; la siguiente es la conclusión que se desprende de aceptar la hipótesis: “Existe una relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloretto, Iquitos 2022”. Adicionalmente, muestra un grado de correlación débil pero significativa, lo que sugiere que cualquier cambio en la forma en que se aplica el proceso organizacional en la gestión administrativa puede tener un impacto en la empresa Sedaloretto.

5. El cuadro N° 09 El valor de sigma (bilateral) es 0,02 de acuerdo con la teoría del libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), sin embargo, de acuerdo con la Regla de Decisión de (Hernandez & Mendoza, 2018), exhibe un valor de correlación de Pearson igual a 0.409**, lo que denota una correlación positiva débilmente significativa; dado el débil pero significativo grado de correlación, podemos afirmar que se acepta la hipótesis “Existe una relación significativa entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”. Esto implica que cualquier mejora en la empatía que se tiene con los usuarios tendrá un impacto significativo en la satisfacción de los usuarios.

6. El cuadro N° 10 Según la teoría del libro de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), el valor de sigma (bilateral) es 0.00; sin embargo, de acuerdo con la regla de decisión de (Hernandez & Mendoza, 2018), muestra un valor de correlación de Pearson de 0,654**, lo que denota una correlación positiva significativa media; si la hipótesis es correcta, entonces lo es la siguiente afirmación: “Existe una relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022”. Adicionalmente, presenta un grado de correlación débil pero significativo, lo que nos permite afirmar con certeza que cualquier modificación en la forma en que se administran los aspectos tangibles puede tener un impacto en la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIÓN

Sobre la base de los resultados de esta investigación, hemos hecho las siguientes recomendaciones:

1. Implementar un plan operativo de monitoreo para certificar que se cumplan con los horarios de abastecimiento de agua en cada sector; por otro lado, de contingencia para abastecer los sectores que son afectados por falta de agua cuando se rompen las tuberías.
2. Mejorar el tiempo de respuesta que tienen los operadores de campo ante reportes de tuberías rotas y faltas de agua; esto lo pueden hacer organizando al personal en grupos por tipos de reportes y así puedan resolver de manera eficiente.
3. Levantar la rasante en los sectores críticos para que la tubería de mayor presión de agua y cumplir con los horarios de abastecimiento. Por otro lado, realizar supervisiones mensuales del estado de las tuberías matrices para prevenir futuras roturas y faltas de agua.
4. Respecto a la empatía, mejorar los medios de comunicación que tienen para prevenir a los usuarios los días que tendrán limpiezas de tuberías y cortarán el servicio de agua. Así como desarrollar talleres de atención al cliente para los trabajadores del área de operaciones; esto les permitirá manejar sus emociones y mejorar el trato a los usuarios según circunstancias.

5. Dotar de mayor personal al área de operaciones para que puedan cubrir los distintos sectores con problemas de tuberías rotas y faltas de agua y de esa manera lo harán de manera eficiente. Finalmente, proponemos la formación de grupos que realicen el mantenimiento de las cisternas de agua para que cuando éstas sean utilizadas estén en óptimas condiciones, llevando agua a los sectores que lo necesitan.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aguirre , M. (2018). Satisfacción de los altos consumidores en relación a la calidad del servicio de agua potable de la ciudad de Guayaquil [tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsq.edu.ec/handle/3317/10926>
- Arellano Diaz, H. (5 de Agosto de 2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 72-83. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3194>
- Baena, J, Garcia J., Bernal, A., Lara A. , & Galvez, P. (2016). El valor percibido y la satisfacción del cliente en actividades dirigidas virtuales y con técnico en centros de fitness. *Psicología de deporte*, 2019 - 227.
- Blanco, J. (2009). *Medicion de la satisfaccion del cliente del restaurante museo taurino, y formulacion de estrategias de servicio para la creacion de valor*. Bogotá: Pontificia universidad Javeriana.
- Cruz, N., & Centeno, E. (2020). Evaluación de la calidad del servicio de abastecimiento de potable a partir de la percepción de personas usuarias. *Ciencias Ambientales*, 95-122. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rca/v54n1/2215-3896-rca-54-01-95-pdf>
- Denove, C., & Power, J. (2006). *La satisfacción del cliente*. Portfolio ISBN. Obtenido de http://www.administracion.yolasite.com/resources/La_satisfaccion_del_cliente
- Diaz Jara, P. (2022). *Gestión del Servicio del Agua y la Satisfacción de los usuarios del Distrito de Lurin, sector D - Lima 2021*. Tesis Mag. Gestión Pública. Lima, Perú.
- Equipo vértice. (2010). *Atención al cliente: Calidad en los servicios funerarios*. España. Obtenido de books.google.es/books?isbn=8499312187
- Feigenbaum, A. (1994). *Control total de la calidad*. Mexico: Compañía Editorial Continental.

- Gaither & Fraizer. (2000). *Administración de Producción y Operaciones*. Mexico: International Thomson Editores.
- Garcia Torres, A. (2016). *Manejo de procesos de reclamos y satisfaccion de los clientes EMAPA San Martin SA Tarapoto Año 2016*. Tesis Msg en Gestion Publica. Tarapoto, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/814>
- Hernandez, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Ciencias de la Información*, 349-368. Obtenido de http://dx.doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodologia de la investigacion: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Maqueda, J., & Llaguno, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Martin, R., & Rey Martin, C. (2000). La satisfacción del usuario: un concepto en alza. *Anales de documentacion*, 139-153. Obtenido de <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451>
- Moliner, B., Gil, I., & Ruiz, M. (2014). determinantes de la lealtad de empresas turísticas según la heterogeneidad de los segmentos. *Papers de Turisme*, 1 - 23.
- Morales Sanchez, V., & Hernandez Mendo, A. (2004). *Calidad y satisfaccion en los servicios: conceptualizacion*. efdeportes.com. Obtenido de <https://efdeportes.com/efd73/calidad.htm>
- Pinedo, P. (2019). *La calidad del servicio de agua potable de EMAPA SAN MARTÍN S.A. y su influencia en la satisfacción de los usuarios del sector parte alta del distrito de Morales, periodo enero a junio 2016 (Tesis de maestría)*. Tarapoto: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28749>

- Reese, C. (2008). *Industrial Safety and Health for people-oriented services*. CRC Press.
- Sandhusen, L. (2002). *Mercadotecnia Internacional*. Mexico: Thompson.
- Sangri Coral, A. (2008). *Introducción a la Mercadotecnia*. Mexico: Patria.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. España: Pearson Educación.
- Torres Galvez, F. (2018). *Calidad de los servicios de saneamiento y su relacion con la satisfaccion del usuario en el distrito de Morales, Provincia de San Martin en el 2018*. Tesis Mag. Gestion Publica. Tarapoto, Peru. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28774>
- Vargas Quiñonez, M., & Aldana De Vega , L. (2014). *Calidad y Servicio: Conceptos y Herramientas*. Bogotá: ECOE EDICIONES. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10818/27250>
- Vargas, M, & Quiñonez L. (2015). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá, Colombia: ECOE. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjstnwlrnWAhXE2SYKHTTpDd4Q6AEIJTAA#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>
- Zeithalm, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios*, 5th Edition. España: McGraw-Hill Interamericana.

ANEXOS

1. Matriz de Consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y muestra.	Instrumento de recolección de datos
<p>CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA EMPRESA SEDALORETO, IQUITOS 2022</p>	<p>General:</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p> <p>Específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.</p> <p>Específicos:</p> <p>a) Determinar la relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p> <p>b) Evaluar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.</p> <p>c) Establecer la relación entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.</p> <p>d) Indicar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.</p> <p>e) Señalar la relación entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022.</p>	<p>General:</p> <p>Ha: Existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, año 2022.</p> <p>Específicos:</p> <p>a) Existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p> <p>b) Existe relación significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p> <p>c) Existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p> <p>d) Existe relación significativa entre la Empatía y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p> <p>e) Existe relación significativa entre los aspectos tangibles y la satisfacción de los usuarios de la empresa Sedaloreto, Iquitos 2022</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptiva con enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental, correlacional y transversal.</p>	<p>Población:</p> <p>La población del presente estudio estará conformada por los usuarios de la Oficina Comercial de Sedaloreto, Iquitos, lo cual hace un total de 200 usuarios.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra está conformada por 54 usuarios; ésta fue obtenida por la fórmula de poblaciones finitas</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

2. Instrumento de recolección de datos

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

Objetivo: Conocer el nivel de calidad de Servicio de agua potable que se brinda en la ciudad de Iquitos

Cuestionario

Datos generales:

Nº de cuestionario: Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como finalidad conocer la calidad de los servicios de agua potable y su relación con la satisfacción del usuario de SEDALORETO

Instrucción:

Lea atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Escala de conversión	
Malo	1
Deficiente	2
Regular	3
Buena	4
Excelente	5

Nº	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de calificación				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: FIABILIDAD						
1	¿Considera usted que el horario de abastecimiento del servicio de agua es adecuado?					
2	¿Cómo califica el cumplimiento de las horas establecidas para la asignación de agua por día?					

3	¿Cuán seguido se rompen las tuberías de agua potable en su sector?					
4	¿Cómo considera la calidad del agua potable?					
5	¿Cuán satisfecho se siente usted del servicio de agua potable brindado en su sector?					
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA						
6	¿En qué medida califica usted el trato del personal operacional encargado de la reparación de las tuberías rotas?					
7	¿Cómo califica el cumplimiento de los plazos para atención de faltas de agua del servicio de agua potable?					
8	¿En qué medida califica la solución de algún inconveniente presentado al personal encargado del servicio de agua potable?					
DIMENSIÓN: SEGURIDAD						
9	¿En qué medida considera usted que le solucionaron su problema de limpieza de tuberías?					
10	¿Cómo califica la disposición de agua potable?					
11	¿Cuán satisfecho se siente usted por la disposición de agua potable brindado en su distrito?					
12	¿Cuán satisfecho se siente usted por la calidad del control de fuga de agua en la tubería matriz de su sector?					
DIMENSIÓN: EMPATÍA						
13	¿Cómo considera usted el trato del personal de operacional durante el servicio de recolección de desechos sólidos?					
14	¿Cómo califica la información y comunicación del desarrollo de actividades del servicio de agua potable que se brinda en su sector?					
DIMENSIÓN: ASPECTOS TANGIBLES						
15	¿En qué medida considera el estado de los vehículos utilizados para la repartición de agua en sectores con falta de agua?					
16	¿Cómo considera la cantidad del personal operacional para el mantenimiento de las redes de agua?					
17	¿En qué medida usted califica la calidad de las tuberías de las redes de agua?					

VARIABLE 2: SATISFACCION DEL USUARIO

Objetivo: Determinar el nivel de Satisfacción de los Usuarios del Servicio de agua potable que se brinda en la ciudad de Iquitos.

N°	CRITERIOS DE EVALUACION	ESCALA DE CALIFICACIÓN				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: RENDIMIENTO PERCIBIDO						
18	¿Cómo considera el nivel de calidad del servicio de agua potable?					
19	¿En qué medida considera la eficiencia del personal administrativo y técnico del área de operacional?					
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS						
20	¿En qué medida la calidad del servicio de agua potable cumple con sus expectativas como usuario?					
DIMENSIÓN: NIVELES DE SATISFACCIÓN						
21	¿En qué medida siente que el servicio de agua potable que se brinda en su distrito le proporciona un ambiente limpio y saludable?					
22	¿Cuál es el nivel de satisfacción que siente después de evaluar todas las actividades consideradas en el servicio de agua potable?					
23	¿En qué medida considera la gestión de la Sedaloreto para mejorar la calidad del servicio de agua potable?					

3. Consentimiento informado

Yo _____,
acepto participar voluntariamente en el estudio "CALIDAD DE SERVICIO Y
SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA
EMPRESA SEDALORETO, IQUITOS 2022".

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

Firma Investigadora

Responsable

Firma Investigadora

Iquitos, de del 2022