

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**RELACIÓN ENTRE LA ATENCIÓN Y LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE
TELECOMUNICACIONES ENTEL PERÚ SAC BAGUA
GRANDE, 2020.**

**Autora:
Bach. Lizeth Díaz León**

**Asesor:
Dr. Adolfo Cacho Revilla**

Registro (.....)

CHACHAPOYAS - PERÚ

2022

DATOS DEL ASESOR

Dr. Adolfo Cacho Revilla

DNI 41853971

Registro ORCID N°:0000-0001-8335-4274

[.https://orcid.org/0000-0001-8335-4274](https://orcid.org/0000-0001-8335-4274)

Campo de la Investigación y el Desarrollo OCDE según la organización para la

Cooperación y el Desarrollo Económico

5.00.00 Ciencias Sociales

5.02.00 –Economía, Negocios

5.02.04 – Negocios, Administración.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por concederme la vida, iluminar mi mente y corazón para ir tras mis sueños y darme salud cada día para poder realizar esta tesis.

A mis padres por su apoyo incondicional, tanto moral como económico, en la realización de uno de mis más grandes sueños.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI.
RECTOR**

**Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (x)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada RELACION ENTRE LA ATENCION Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES ENTEL PERU SAC BANCA GRANDE 2020, del egresado LIZETH DIAZ LEON de la Facultad de CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS Escuela Profesional de ADMINISTRACION DE EMPRESAS de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 24 de MARZO de 2022

Firma y nombre completo del Asesor
DR. ADOLFO CACHO REVILLA



JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Mg. Cecil Wilmer Burga Campos

PRESIDENTE



Mg. Luis Gerardo Merino Cava

SECRETARIO



Dr. Rosas Carranza Guevara

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS



REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-O

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

RELACIÓN ENTRE LA ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES

ENTEL PERÚ SAC BAGUA GRANDE, 2020

presentada por el estudiante ()/egresado (x) LIZTEH DÍAZ LEÓN

de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

con correo electrónico institucional lizeth.dl2396@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 25 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor () / igual (x) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, 24 de NOVIEMBRE del 2021



SECRETARIO



PRESIDENTE



VOCAL

OBSERVACIONES:

.....

.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 10 de diciembre del año 2020 siendo las 09:05 horas, el aspirante: LIZETH DIAZ LEON, defiende en sesión pública presencial () / a distancia (x) la Tesis titulada: RELACION ENTRE LA ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES ENTEL PERÚ SAC BAGUA GRANDE. 2020., teniendo como asesor a Dr. ADOLFO CACHO REVILLA, para obtener el Título Profesional de Lic. EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. CECIL WILMER BURGA CAMPOS
Secretario: Mg. LUIS GERARDO MERINO CAVA
Vocal: Dr. ROSAS CARRANZA GUEVARA

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (x) Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 09:55 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Firma]
SECRETARIO

[Firma]
PRESIDENTE

[Firma]
VOCAL

OBSERVACIONES:
.....
.....

ÍNDICE DEL CONTENIDO

DATOS DEL ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	vii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	viii
ÍNDICE DEL CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	21
2.1. Objeto de estudio	21
2.2. Variable de estudio	21
2.3. Tipo de estudio.....	21
2.4. Diseños de la investigación.....	21
2.5. Población.....	21
2.6. Muestra y muestreo.....	21
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
2.8. Análisis de datos	22
III. RESULTADOS.....	23
3.1. Diagnóstico de la atención al cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.....	23
3.2. Satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.....	33
3.3. Relación entre la atención con la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.	40
IV. DISCUSIÓN	42
V. CONCLUSIONES	44
VI. RECOMENDACIONES	45

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La calidad de atención fue correcta en el servicio, desde el inicio hasta el final.	23
Figura 2. Le atendieron de acuerdo al turno establecido.....	23
Figura 3. La atención realizada fue ordenada de acuerdo a su turno.....	24
Figura 4. Realizaron la atención sin discriminación y/o diferenciación, con respecto a otras personas.....	24
Figura 5. La atención fue rápida y eficaz.....	25
Figura 6. Cuándo se presentó un inconveniente, lo resolvieron inmediatamente.....	25
Figura 7. En caso de ausencia de un producto, le ofrecieron las alternativas correctas, oportunamente.....	26
Figura 8. El personal permanece en su servicio, y no se ausenta por mucho tiempo.....	26
Figura 9. El personal de la empresa de telecomunicaciones le inspiró confianza.....	27
Figura 10. El personal de la empresa de telecomunicaciones tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.....	27
Figura 11. El personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas.....	28
Figura 12. Durante su atención en la empresa de telecomunicaciones se respetó la confidencialidad.....	28
Figura 13. El personal de la empresa de telecomunicaciones le trató con afabilidad, respeto y paciencia.....	29
Figura 14. Usted comprendió, la explicación que el personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó sobre las dudas e inconvenientes que presenta con su línea telefónica.....	29
Figura 15. El personal de la empresa de telecomunicaciones es tolerante, y es capaz de respetar distintos puntos de vista del usuario.....	30
Figura 16. El personal de la empresa de telecomunicaciones es comprensivo con sus consultas y reclamos.....	30
Figura 17. Las instalaciones físicas de la empresa de telecomunicaciones son visualmente atractivas.....	31
Figura 18. Los avisos, letreros, carteles, señalizaciones; de la empresa de telecomunicaciones, fueron adecuados para orientar a los usuarios.....	31
Figura 19. El establecimiento de la empresa de telecomunicaciones, cuenta con baños limpios para los usuarios.....	32

Figura 20. Las distintas aéreas de la empresa de telecomunicaciones, se encontraron limpios, y contaron con bancas o sillas para la comodidad de los usuarios.....	32
Figura 21. El personal de la empresa le atiende con cuidado y precaución.....	33
Figura 22. El personal de la empresa de telecomunicaciones le brinda un trato afable y cortés.....	33
Figura 23. El personal de la empresa de telecomunicaciones respeta la confidencialidad, y actúa con discreción.....	34
Figura 24. El personal de la empresa de telecomunicaciones respeta el orden de llegada de los usuarios.....	34
Figura 25. El personal de la empresa de telecomunicaciones se encuentre correctamente uniformado y aseado.....	35
Figura 26. El personal de la empresa de telecomunicaciones le otorgo correctamente todos los productos adquiridos en su compra.....	35
Figura 27. El personal de la empresa de telecomunicaciones le orienta sobre los procesos y cuidados de los móviles que ha adquirido.....	36
Figura 28. El personal de la empresa de telecomunicaciones le da charlas educativas mientras es atendida.....	36
Figura 29. El personal de la empresa de telecomunicaciones demuestra seguridad y dominio, con respecto a los procesos y cuidados de los equipos móviles.....	37
Figura 30. El personal de la empresa de telecomunicaciones le ofrece alternativas para los pagos de sus equipos móviles.....	37
Figura 31. Considera que la empresa de telecomunicaciones está limpia y ordenada.....	38
Figura 32. Considera que la empresa de telecomunicaciones esta adecuadamente iluminada y ventilada.....	38
Figura 33. Considera que la empresa de telecomunicaciones presenta letreros, avisos que facilitan su ubicación y/o información hacia los usuarios del servicio.....	39
Figura 34. Considera que la empresa de telecomunicaciones está ubicado en una zona segura (presencia de policía y/o serenazgo).....	39
Figura 35. Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande presenta adecuado abastecimiento y distribución de los productos.....	40

RESUMEN

La investigación titulada “Relación entre la atención y la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020”. Tuvo como objetivo: Determinar la relación entre la atención y la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020. La investigación fue descriptiva no experimental de diseño correlacional, con la investigación se llegaron a las siguientes conclusiones: En el diagnóstico de la atención al cliente se ha podido visualizar que existe opiniones favorables en relación a esta tanto en la dimensión fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e intangibilidad donde los clientes han determinado en promedio que esta es de buena a excelente en un 70% pero existe una pequeña brecha en la variable discriminación o diferencia donde un grupo de clientes manifestó sentirla. En la determinación del nivel de satisfacción del cliente estos en las dimensiones humanísticas, tecnología o ciencia y entorno se encuentran un nivel alto de satisfacción con ligeras brechas en cuanto a seguridad y alternativas de solución. Se ha determinado que la relación entre la variable atención al cliente y satisfacción del cliente es positiva y altamente significativa después de haber establecido relaciones específicas entre las dimensiones humanísticas y fiabilidad, ciencia y tecnología con capacidad de respuesta y tangibilidad con entorno.

Palabras claves: atención, cliente, satisfacción, servicio, empresa, telecomunicaciones

ABSTRACT

The research entitled "Relationship between customer service and satisfaction in the telecommunications company Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020". Its objective was: To determine the relationship between customer service and customer satisfaction in the telecommunications company Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020. The research was descriptive, non-experimental, of correlational design, with the research the following conclusions were reached: Diagnosis of customer service has been able to visualize that there are favorable opinions in relation to this both in the reliability, response capacity, security, empathy and intangibility dimension where customers have determined on average that this is from good to excellent in a 70 % but there is a small gap in the discrimination or difference variable where a group of clients reported feeling it. In determining the level of customer satisfaction, in the humanistic, technology or science and environment dimensions, there is a high level of satisfaction with slight gaps in terms of security and alternative solutions. It has been determined that the relationship between the variable customer service and customer satisfaction is positive and highly significant after having established specific relationships between the humanistic dimensions and reliability, science and technology with responsiveness and tangibility with the environment.

Keywords: attention, customer, satisfaction, service, company, telecommunications

I. INTRODUCCIÓN

Rivera, (2019). En su investigación titulada **“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”**. Tesis de Maestría, realizada en la Escuela de Posgrado de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

La investigación tuvo como objetivo principal evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil, aplicando el cuestionario científico modelo SERVQUAL a fin de conocer las percepciones y expectativas de los clientes exportadores con respecto al servicio ofrecido por la empresa. La investigación se desarrolla de forma cuantitativa, aplicando el modelo SERVQUAL enfocado en el GAP 5, el cual corresponde a la diferencia entre la Percepción de la calidad en el servicio menos las Expectativas del mismo, para ello se utilizó el método descriptivo, cuantitativo y deductivo. Se consideró como instrumento la encuesta, la cual fue aplicada a una muestra de 180 clientes exportadores, para llegar a los resultados se utilizó el Software estadístico SPSS y la tabulación de las encuestas se realizó mediante el software Microsoft Office. Los resultados que arrojó la investigación, estuvieron muy marcados hacia la tendencia de que la percepción de la calidad del servicio ofertada por Greenandes Ecuador es inferior a las expectativas que tienen los clientes del mismo. Sus resultados más relevantes se dan en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta donde presentan brechas negativas muy altas, las cuales deben ser minimizadas y para llegar a eso se debe mejorar los procesos y dar responsabilidades a cada área que tiene contacto con el cliente, establecer estrategias de servicio enfocadas a los clientes exportadores.

Ros, (2016). En su investigación titulada **“Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual”**. Para obtener el Grado de Doctor, realizado en la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad Católica San Antonio.

El objetivo general de la investigación fue determinar las relaciones que se producen entre la calidad del servicio, la satisfacción del usuario, las intenciones de comportamiento, y la calidad de vida, de los usuarios del servicio de Apoyo Educativo de ASTRADE, dirigido a personas con Trastorno del Espectro Autista

(TEA). Se utilizó una metodología de estudio empírico. Con la investigación se llegaron a las siguientes conclusiones: El interés por la evaluación y la cuantificación de la calidad del servicio ha llevado al desarrollo de modelos que tratan de explicar cómo se forma la calidad del servicio. Estos modelos de la calidad del servicio se caracterizan por su carácter multidimensional al recoger varias dimensiones o determinantes de la calidad del servicio, distinguiendo principalmente entre la calidad técnica y la calidad funcional. Aunque el número de dimensiones, atributos o determinantes de la calidad del servicio difiere entre los distintos modelos de la calidad del servicio, es posible identificar dos componentes básicos a todas ellas: la calidad técnica –calidad del resultado– y la calidad funcional –calidad del proceso–. Una de las diferencias entre las dos escuelas de la calidad del servicio y, por lo tanto, entre los distintos modelos que recogen, es precisamente la importancia que cada una le otorga a la calidad técnica y a la calidad funcional (Kang, 2006; Domenge y Arciniega, 2015).

Vera, (2013). En su tesis titulada “**Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca**”. Tesis Doctoral de la Universidad Nacional Autónoma de México, Distrito Federal.

El objetivo de la investigación fue determinar los atributos relevantes de la calidad en el servicio de la telefonía móvil para clientes en México; asimismo, conocer su impacto tanto en la satisfacción como en la lealtad hacia la marca. En las hipótesis presentadas se plantea una relación directa entre atributos y satisfacción, atributos y lealtad, así como entre satisfacción y lealtad; para ello se parte de la idea de que los atributos son un antecedente de la satisfacción y que, a su vez, esta última es un antecedente de la lealtad. El estudio se divide en dos fases: en una primera fase cualitativa, con entrevistas a profundidad, se aislaron trece atributos relevantes de calidad en el servicio; en una segunda fase, de tipo cuantitativa, se contrastan empíricamente estos atributos con variables de satisfacción y de lealtad. En los resultados se encontró que sólo seis atributos de calidad en el servicio se relacionan estadísticamente tanto con satisfacción como con lealtad, con lo que se corrobora cierta relación entre satisfacción y lealtad. Finalmente, se concluye que son dos atributos los más relevantes para el logro de satisfacción y lealtad: el

precio accesible por minuto y la empatía mostrada por parte del personal hacia el cliente.

Montes, (2017). En su investigación titulada **“Nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de claro en la ciudad de Iquitos, periodo diciembre 2016”**. Tesis para optar el grado de Magister en Gestión Empresarial, realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

La investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de Claro en la ciudad de Iquitos. Para ello, se llevó a cabo la presente investigación de tipo Descriptiva y de diseño No Experimental, analizando el comportamiento de las Variables Independientes (calidad del servicio, cobertura, internet, precio del plan contratado, trato recibido) y de la Variable Dependiente (satisfacción del cliente). Luego del análisis y discusión de los resultados, se pudo concluir que el nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de Claro es calificado como Bueno, y que los factores que influyen son la Cobertura o Alcance del Servicio, y la velocidad de internet en el celular; mientras que el Trato Recibido no es determinante en el nivel de satisfacción. Asimismo, se han evaluado aspectos sobre el tipo de plan contratado, precio del plan, calidad del servicio, buen trato, conocimiento del tema, ambiente físico, comodidad de las instalaciones, entre otros.

Espinoza, (2017). En su investigación titulada **“Calidad de servicio percibida y satisfacción del cliente de telefonía móvil del Centro de Atención al Cliente de Megaplaza de la empresa de telecomunicaciones América Móvil Perú S.A.C.”** Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, realizado en la Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

El objetivo principal del estudio es; conocer en qué medida la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción de los clientes del Centro de Atención al Cliente de Megaplaza de la empresa de telecomunicaciones América Móvil Perú S.A.C. Así mismo, se postula que; la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes. Utilizando el método científico, la inducción, deducción, análisis y síntesis, así como la técnica de encuesta y escala de actitud

para recopilar datos, mediante la aplicación de la estadística descriptiva y el análisis de correlación de Spearman, el estudio, brinda los siguientes resultados: i) Se ha encontrado que el 88% de los clientes percibe la calidad del servicio como buena y no hay clientes que perciban como excelente. Así mismo los resultados por subvariables muestran que; de un máximo de 5 puntos (excelente), se obtiene la calificación de bueno en las subvariables de tangibles, facilidad de utilización y empatía. En confiabilidad y capacidad de respuesta se obtienen calificaciones de regular, representando sus mayores debilidades. Así mismo, en cuanto a satisfacción del cliente los resultados son sorprendentes, pues sólo el 6% de los clientes se encuentran satisfechos, el 82% se encuentran medianamente satisfechos. ii) De igual modo, con un nivel de significación 5%, y p valor de 0.000, se ha encontrado que la calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes, además se ha advierte que existe una relación positiva directa de $r = 0.823$ entre las dos variables, es decir, a mayor calidad del servicio, mayor satisfacción de los clientes. iii) Bajo el análisis precedente, se recomienda al Jefe de Agencia, que los mensajes de texto y multimedia deben ser entregados con rapidez, además se debe mejorar el tiempo de espera para la prestación de un servicio, porque actualmente no es el adecuado. Estas dos mejoras posibilitaría la mejora en la satisfacción de los clientes del Centro de Atención al Cliente.

Zevallos, (2016). En su investigación titulada **“Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de telefonía móvil de Movistar en la ciudad de Iquitos, periodo diciembre 2015”**. Tesis para optar el grado de Magister en Gestión Empresarial, realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

La investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de telefonía móvil de Movistar en la ciudad de Iquitos, en el periodo diciembre 2015. De acuerdo al alcance o propósito de la investigación, el presente estudio es Descriptivo, porque se muestra el grado de satisfacción de los usuarios del servicio brindado por el operador de telefonía móvil de Movistar en la ciudad de Iquitos. El diseño que se empleó fue el No Experimental, con la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: El 59.93% de los usuarios de Movistar se mostraron satisfechos a medias con el servicio de telefonía móvil

brindado, al que calificaron como “Regular” (59.93%). Los factores que influyen en la satisfacción del usuario del servicio de telefonía móvil brindado Movistar, en el periodo Diciembre 2015, son: buena calidad del servicio (67.91%), cobertura normal (64.00%), velocidad de internet normal (66.37%), adecuado precio del servicio (62.77%), y trato amable y cordial (65.34%). Los usuarios Movistar consideran que el plan contratado les otorga iguales beneficios (69.74%) que uno de precio similar de la competencia (Claro, Bitel, Entel), en el periodo Diciembre 2015; además, el grado de satisfacción es considerado como “Regular” (75.56%).

Navarro, (2018). En su investigación titulada **“Evaluación de la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa claro en la ciudad de Chachapoyas – 2016”**. Para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas, realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

La presente investigación se ha llevado a cabo con el objetivo determinar la influencia entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al a asistencia brindada en su centro de atención y ventas de la empresa Claro en la ciudad de Chachapoyas. Se empleó el tipo de investigación descriptiva, y para contrastar la hipótesis se utilizó un diseño de investigación no experimental para el cual se tomó una muestra de 151 clientes, seleccionados de manera sistemática los cuales fueron encuestados posteriormente. Los resultados obtenidos nos manifiestan que la calidad de servicio de la empresa claro en la ciudad de Chachapoyas es relativamente alta, con un promedio final de 4.22. Se concluye que, es de suma importancia brindar un servicio de calidad al cliente para alcanzar la satisfacción de estos; por tanto, el diseño de la investigación en base a interrogaciones adaptadas del modelo SERVQUAL, permitió identificar cuál de las cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, requieren refuerzos para mejorar la calidad del servicio al cliente y de tal forma convertirse en una estrategia de marketing que contribuye la obtención de mejores resultados.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la atención y la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020

Objetivos específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico de la atención al cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.
- ✓ Medir la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.
- ✓ Relacionar la atención con la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.

Problema de investigación

¿Cómo es la relación entre la atención y la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020?

Hipótesis

La relación entre la atención y la satisfacción del cliente es regular en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Objeto de estudio

Atención al cliente

2.2. Variable de estudio

Variable 01: atención

Variable 02: satisfacción del cliente

2.3. Tipo de estudio

Descriptivo no experimental

2.4. Diseños de la investigación

Correlacional

2.5. Población

P1: 700 clientes de enero a octubre del 2020 (fuente información de la empresa)

P2: 2 colaboradores en atención al cliente

2.6. Muestra y muestreo

La muestra será establecida mediante el muestreo aleatorio simple donde la fórmula es:

$$n = \frac{N \times Z^2 pq}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

N = Total de la población

Z = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (5%)

Muestreo

M1: Aplicando la formula se tomara en su totalidad a 68 clientes de enero a octubre del 2020

$$n = \frac{(700) \times (1.960)^2 (0.05) (0.95)}{(0.05)^2 \times (700 - 1) + (1.960)^2 (0.05) (0.95)} = 66.18$$

M2: Se tomará en su totalidad a los 2 colaboradores en atención al cliente

2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La investigación busca establecer la relación entre la atención al cliente y la satisfacción del mismo en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande. Bajo estas características el tipo de investigación es correlacional. Para identificar las características de la atención al cliente se realizó un diagnóstico donde las poblaciones investigadas emitieron opinión al respecto a través de formulario de encuesta o entrevista donde se registró sus opiniones relacionadas con la variable atención que permita caracterizarlas. Para la variable satisfacción del cliente se buscó medirla mediante tés validado que permita conocer el nivel de satisfacción de quienes decidieron obtener productos de la empresa en mención.

La correlación se estableció con la información del diagnóstico y el nivel de satisfacción que será obtenida del trabajo de campo.

2.8. Análisis de datos

La investigación fue cuantitativa y los datos obtenidos en campo fueron procesados haciendo uso de las herramientas tecnológicas como el Excel y fueron la base para poder determinar la relación entre las dos variables.

III. RESULTADOS

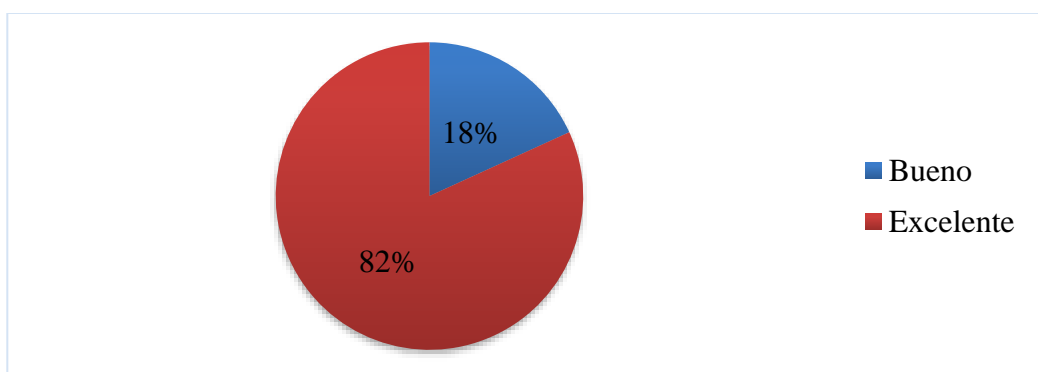
3.1. Diagnóstico de la atención al cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.

Para el diagnóstico de la atención al cliente se ha considerado cinco dimensiones utilizadas para medir la atención al cliente y que son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. Llegándose a obtener los siguientes resultados en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande:

DIMENSIÓN: FIABILIDAD

Figura 1

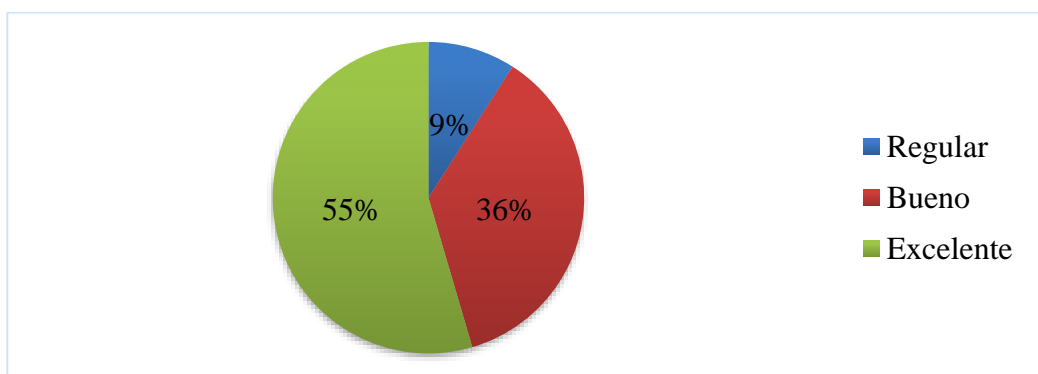
La calidad de atención fue correcta en el servicio, desde el inicio hasta el final



El 82% considera excelente la calidad de atención fue correcta en el servicio, desde el inicio hasta el final y el 18% lo considera bueno.

Figura 2

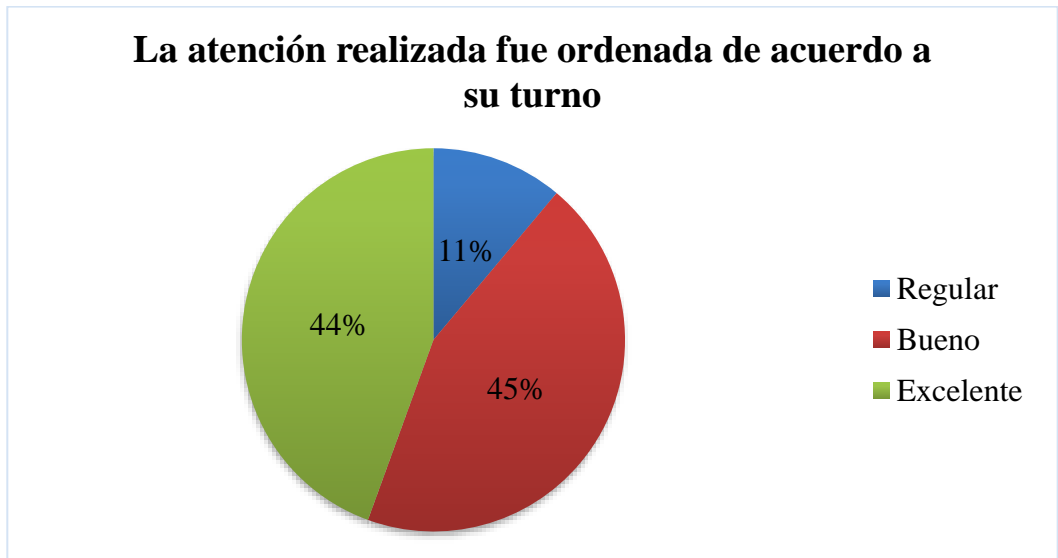
Le atendieron de acuerdo al turno establecido



Para el 55% de encuestados es excelente la atención de acuerdo al turno establecido, para el 36% es bueno y para el 9% regular.

Figura 3

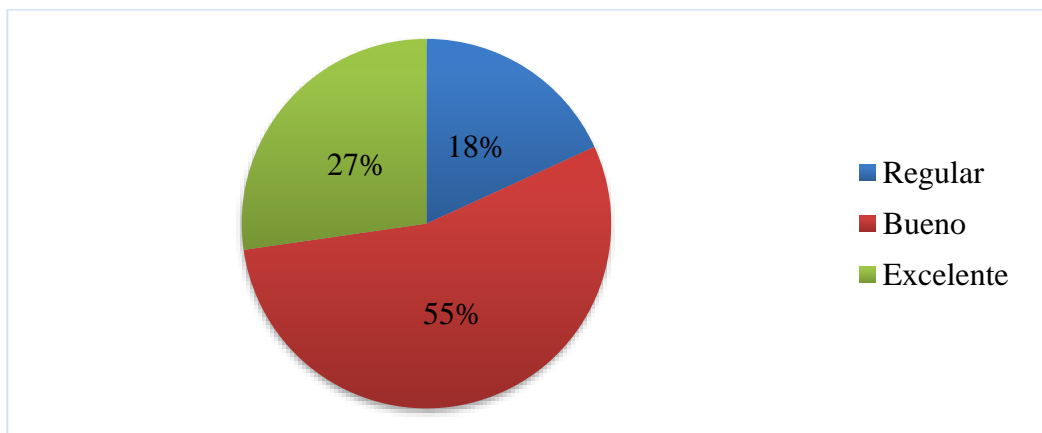
La atención realizada fue ordenada de acuerdo a su turno



En cuanto a si la atención realizada fue ordenada de acuerdo a su turno, el 45% lo considera bueno, el 44% excelente y el 11% regular.

Figura 4

Realizaron la atención sin discriminación y/o diferenciación, con respecto a otras personas

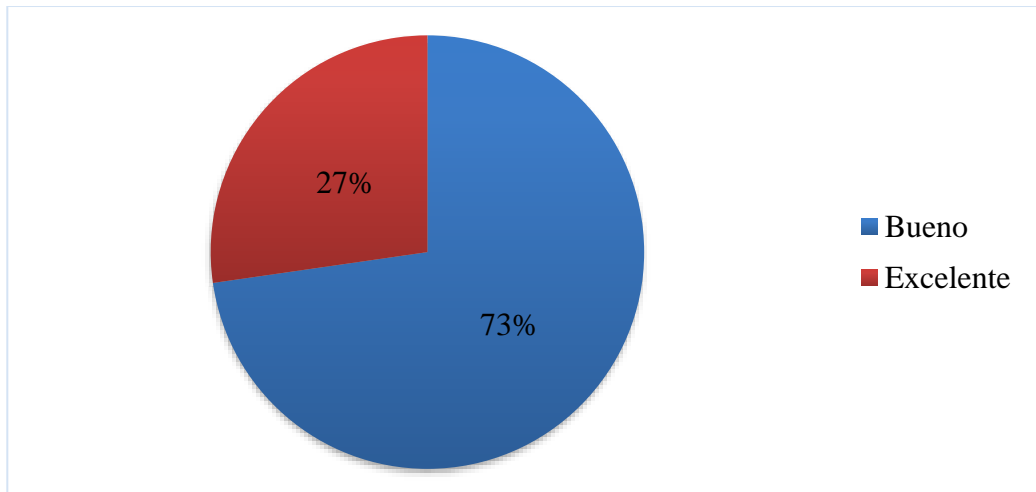


En cuanto a si realizaron la atención sin discriminación y/o diferenciación, con respecto a otras personas el 55% lo considera bueno, el 27% excelente y el 18% regular.

DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Figura 5

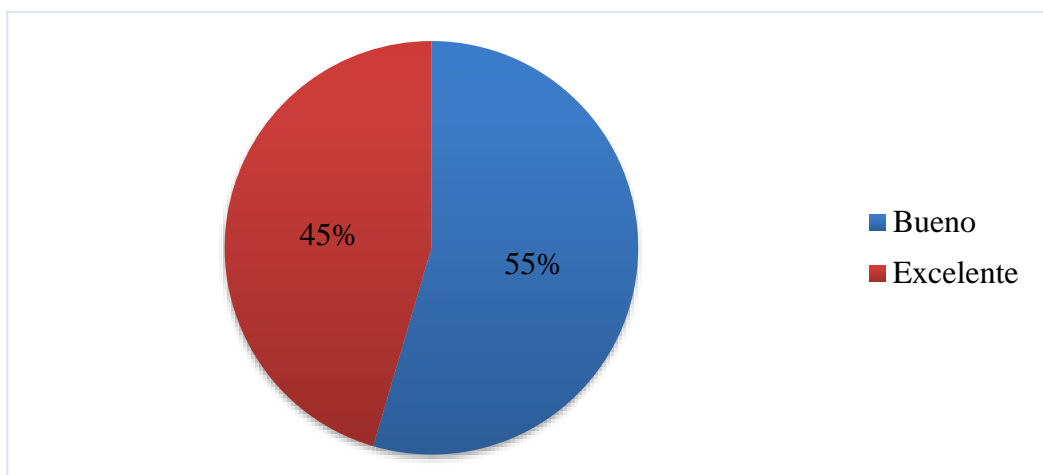
La atención fue rápida y eficaz



En cuanto a si la atención fue rápida y eficaz el 73% lo considera bueno y el 27% excelente.

Figura 6

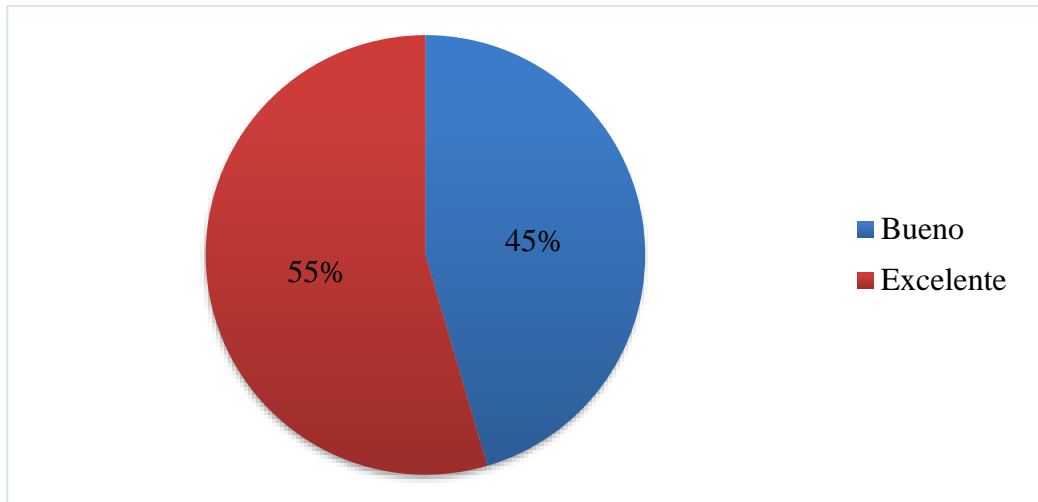
Cuándo se presentó un inconveniente, lo resolvieron inmediatamente



En cuanto a si cuando se presentó un inconveniente, lo resolvieron inmediatamente el 55% lo consideró como bueno y el 45% excelente.

Figura 7

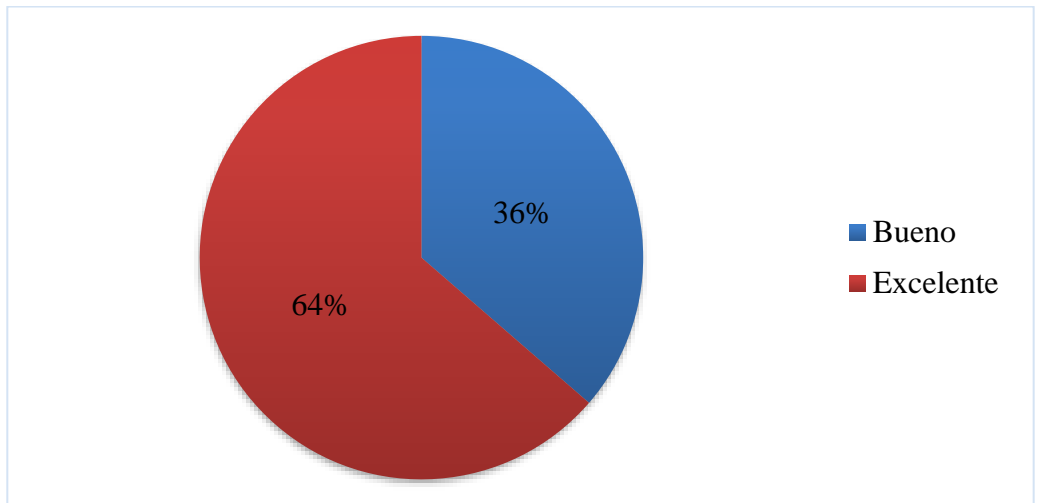
En caso de ausencia de un producto, le ofrecieron las alternativas correctas, oportunamente



En cuanto a si en caso de ausencia de un producto, le ofrecieron las alternativas correctas, oportunamente el 55% lo considera excelente y el 45% bueno.

Figura 8

El personal permanece en su servicio, y no se ausenta por mucho tiempo

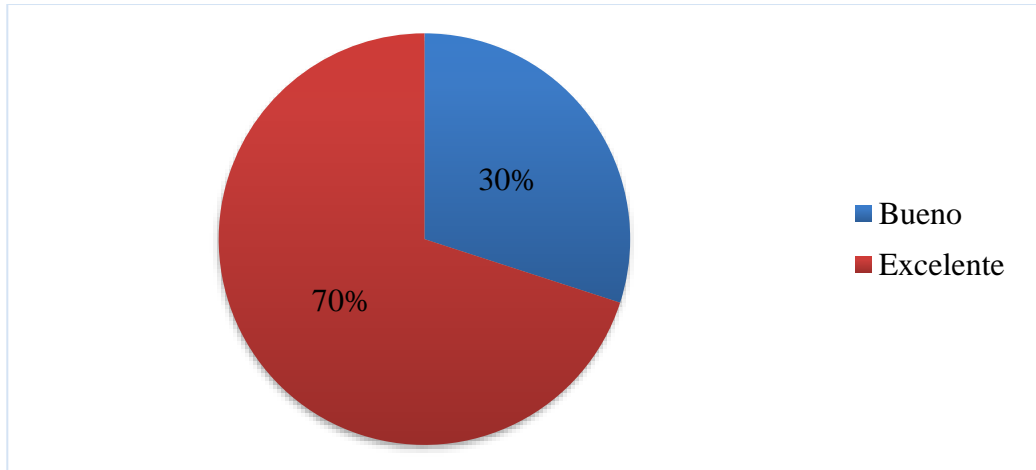


En cuanto a si el personal permanece en su servicio, y no se ausenta por mucho tiempo el 64% lo considera excelente y al 36% bueno.

DIMENSIÓN: SEGURIDAD

Figura 9

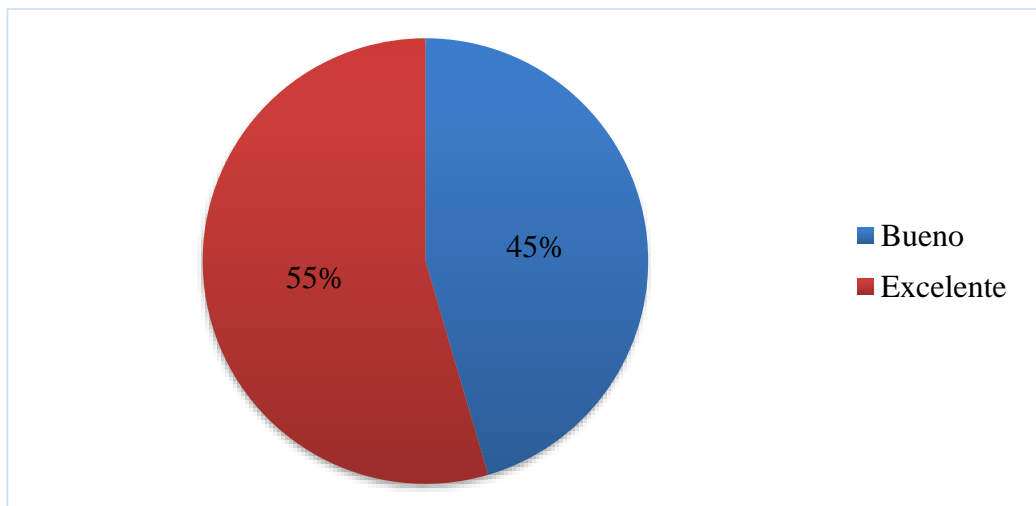
El personal de la empresa de telecomunicaciones le inspiró confianza



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le inspiró confianza el 70% lo considera excelente y el 30% bueno.

Figura 10

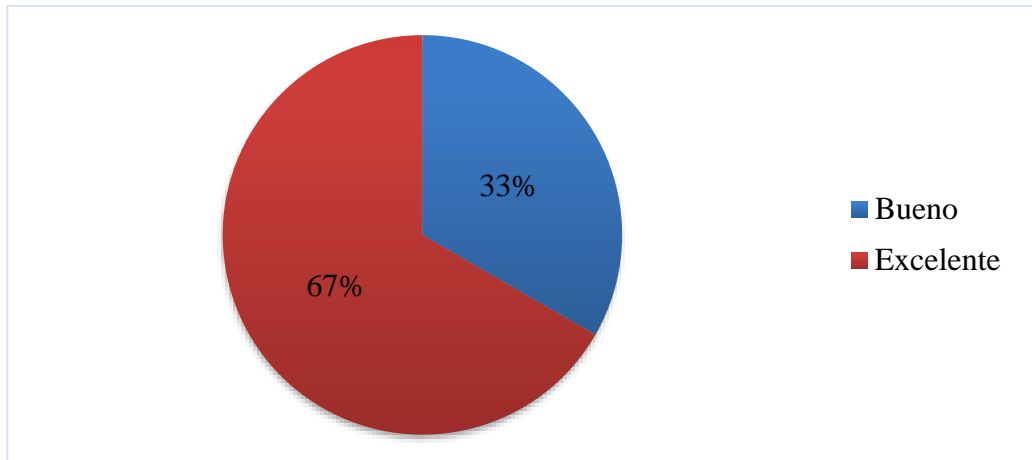
El personal de la empresa de telecomunicaciones tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios el 55% lo considera excelente y el 45% bueno.

Figura 11

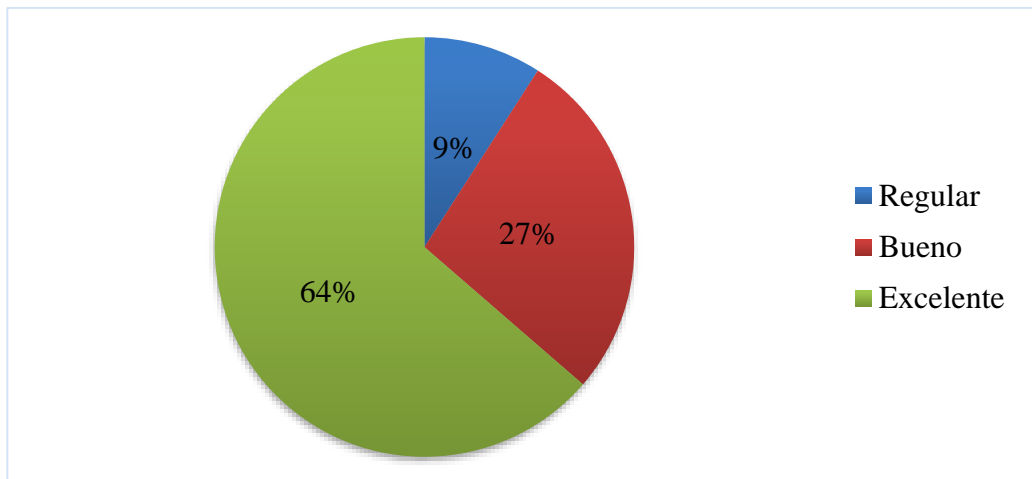
El personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas el 67% lo considera excelente y el 33% bueno.

Figura 12

Durante su atención en la empresa de telecomunicaciones se respetó la confidencialidad

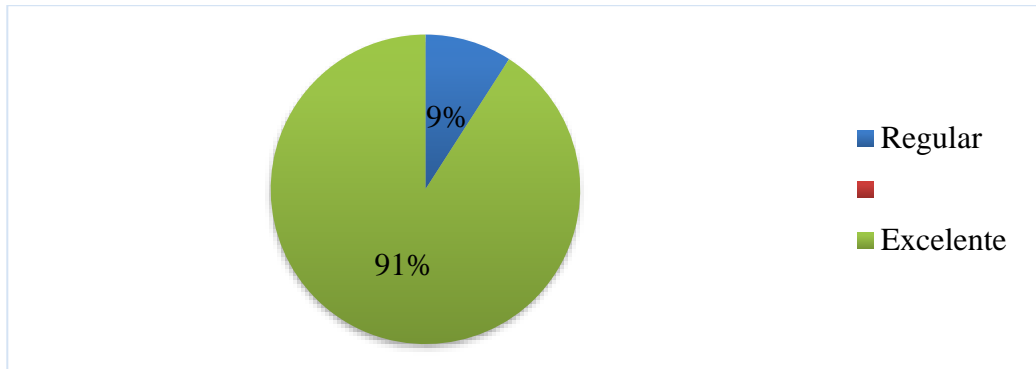


En cuanto a si durante su atención en la empresa de telecomunicaciones se respetó la confidencialidad, el 64% lo considera excelente, el 27% bueno y el 9% regular.

DIMENSIÓN: EMPATIA

Figura 13

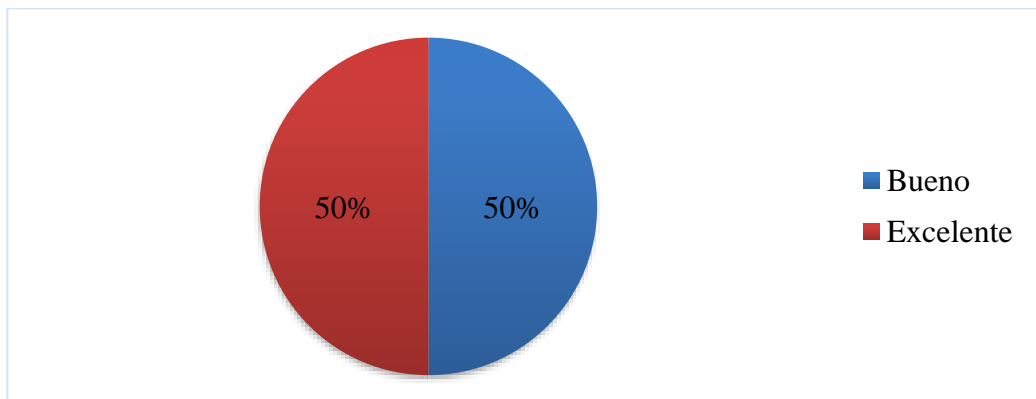
El personal de la empresa de telecomunicaciones le trató con afabilidad, respeto y paciencia



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le trató con afabilidad, respeto y paciencia el 91% lo considera excelente y el 9% regular.

Figura 14

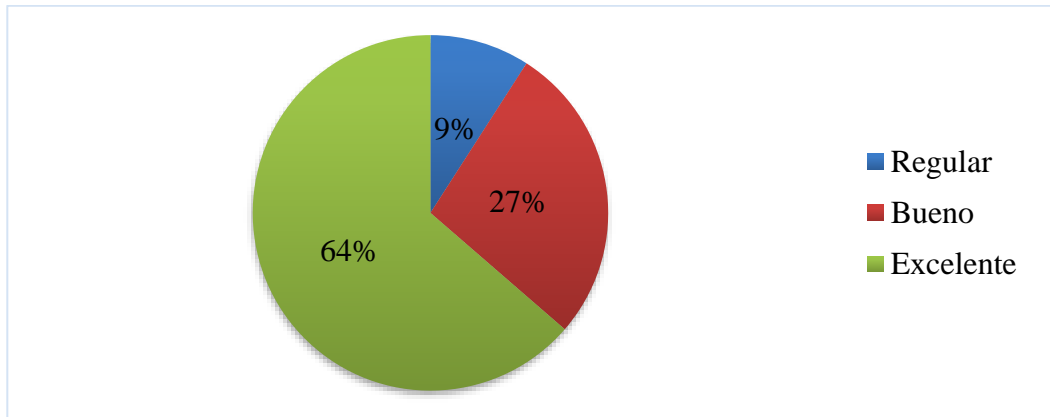
Usted comprendió, la explicación que el personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó sobre las dudas e inconvenientes que presenta con su línea telefónica



En cuanto a si comprendió la explicación que el personal de la empresa de telecomunicaciones le brindó sobre las dudas e inconvenientes que presenta con su línea telefónica

Figura 15

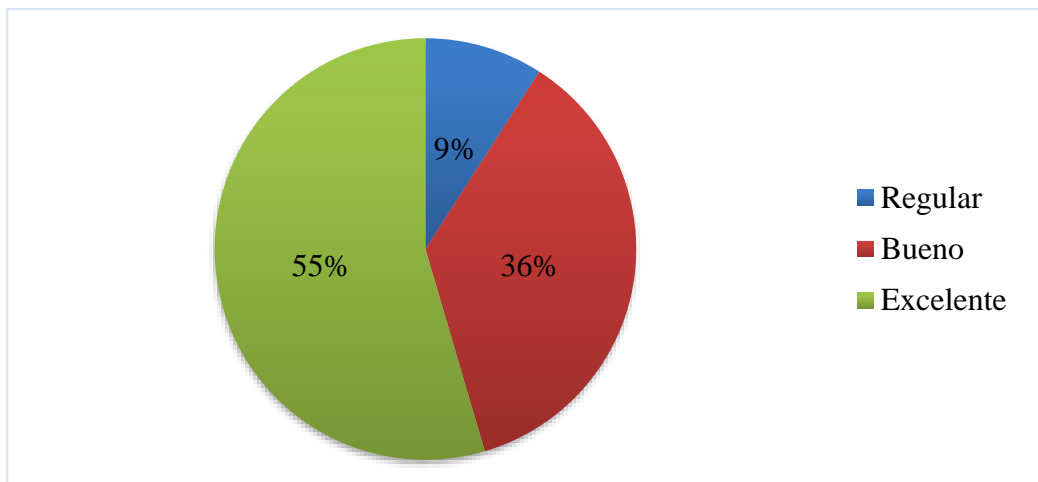
El personal de la empresa de telecomunicaciones es tolerante, y es capaz de respetar distintos puntos de vista del usuario



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones es tolerante, y es capaz de respetar distintos puntos de vista del usuario el 64% lo califica de excelente, el 27% de bueno y el 2% de regular.

Figura 16

El personal de la empresa de telecomunicaciones es comprensivo con sus consultas y reclamos

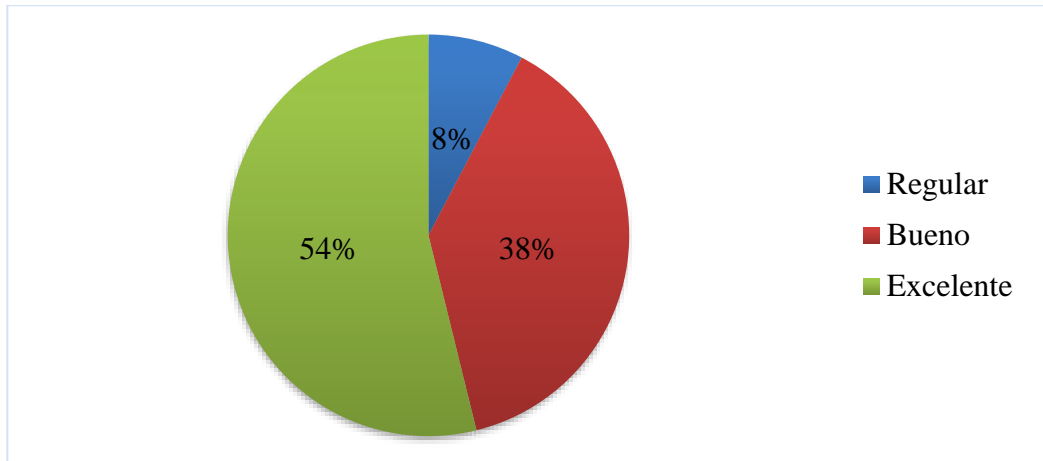


En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones es comprensivo con sus consultas y reclamos el 55% lo considera excelente, el 36% bueno y el 9% regular.

DIMENSIÓN: TANGIBILIDAD

Figura 17

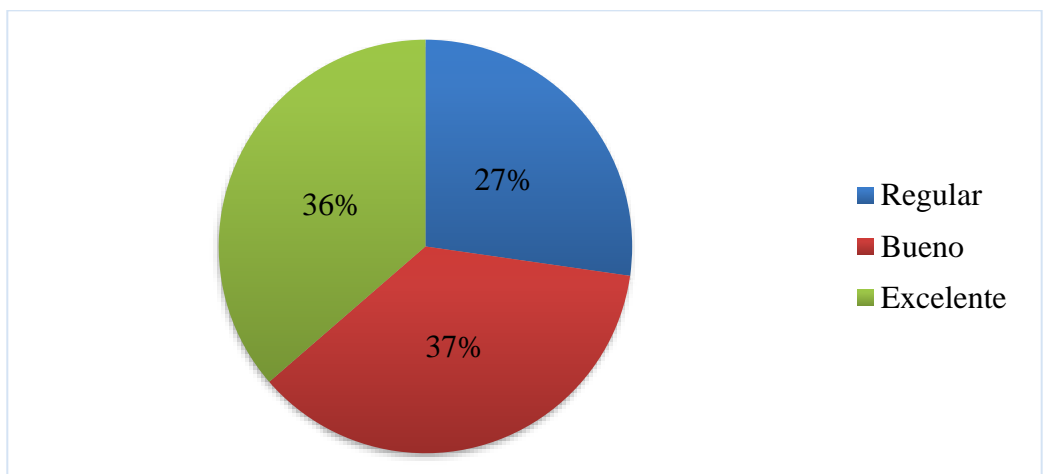
Las instalaciones físicas de la empresa de telecomunicaciones son visualmente atractivas



En cuanto a si las instalaciones físicas de la empresa de telecomunicaciones son visualmente atractivas el 54% lo considera excelente, el 38% bueno y el 8% regular.

Figura 18

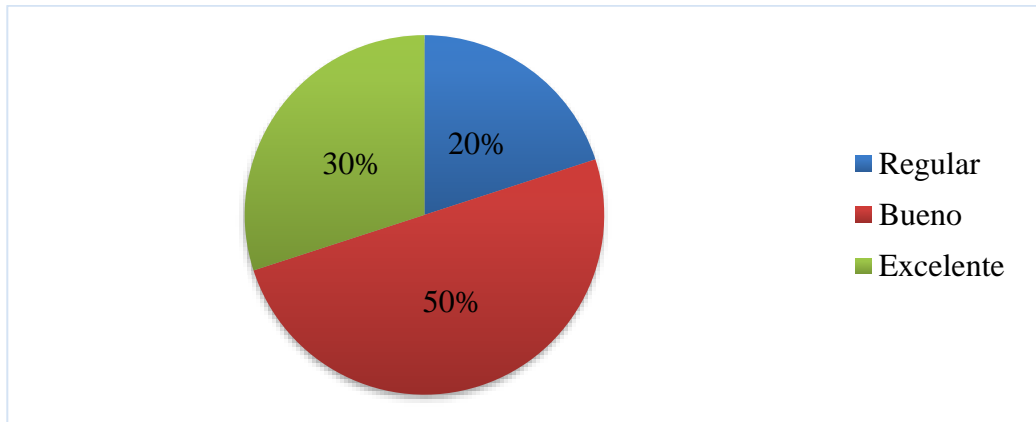
Los avisos, letreros, carteles, señalizaciones; de la empresa de telecomunicaciones, fueron adecuados para orientar a los usuarios



En cuanto a si los avisos, letreros, carteles, señalizaciones; de la empresa de telecomunicaciones, fueron adecuados para orientar a los usuarios el 37% lo considera bueno, el 36% excelente y el 27% regular.

Figura 19

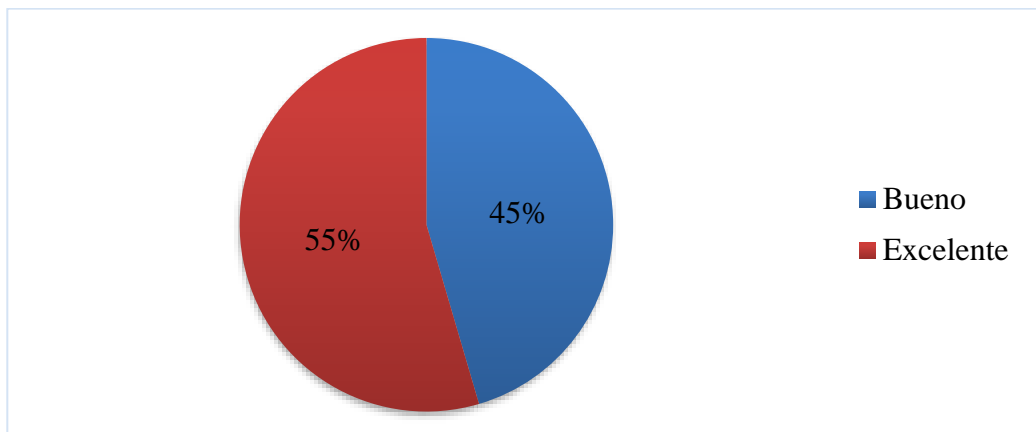
El establecimiento de la empresa de telecomunicaciones, cuenta con baños limpios para los usuarios



En cuanto a si el establecimiento de la empresa de telecomunicaciones, cuenta con baños limpios para los usuarios el 50% lo considera bueno, el 30% excelente y el 20% regular.

Figura 20

Las distintas aéreas de la empresa de telecomunicaciones, se encontraron limpios, y contaron con bancas o sillas para la comodidad de los usuarios



En cuanto a si las distintas aéreas de la empresa de telecomunicaciones, se encontraron limpios, y contaron con bancas o sillas para la comodidad de los usuarios el 55% lo califica de excelente, el 45% de bueno.

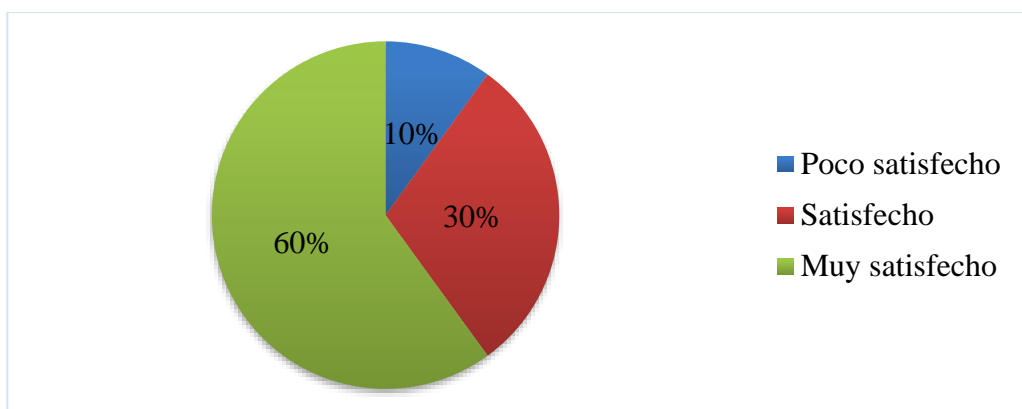
3.2. Satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.

Para medir la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande se ha considerado tres dimensiones que son: humanística, tecnológica – científica y entorno. Siendo los resultados los siguientes:

DIMENSIONES / HUMANÍSTICA

Figura 21

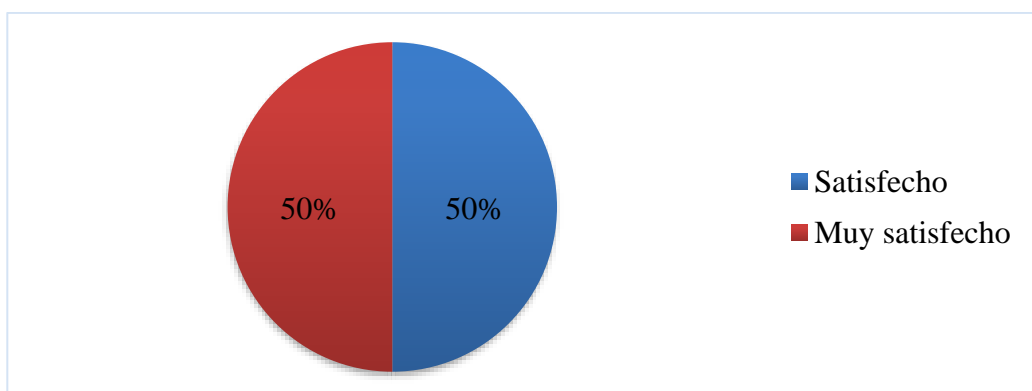
El personal de la empresa le atiende con cuidado y precaución



En cuanto a si el personal de la empresa le atiende con cuidado y precaución el 60% se siente muy satisfecho, el 30% satisfecho y el 10% poco satisfecho.

Figura 22

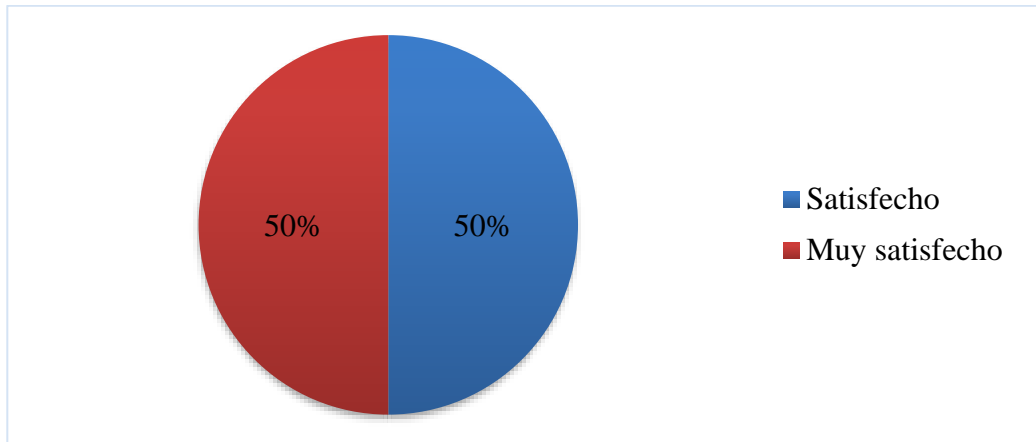
El personal de la empresa de telecomunicaciones le brinda un trato afable y cortés



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le brinda un trato afable y cortés el 50% se siente satisfecho y el otro 50% muy satisfecho

Figura 23

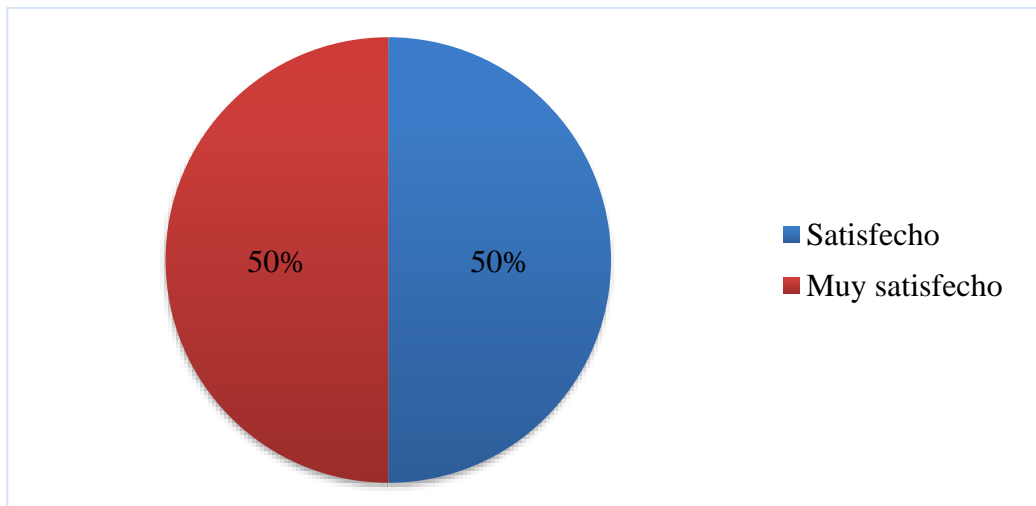
El personal de la empresa de telecomunicaciones respeta la confidencialidad, y actúa con discreción



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones respeta la confidencialidad, y actúa con discreción el 50% se siente satisfecho y el otro 50% muy satisfecho

Figura 24

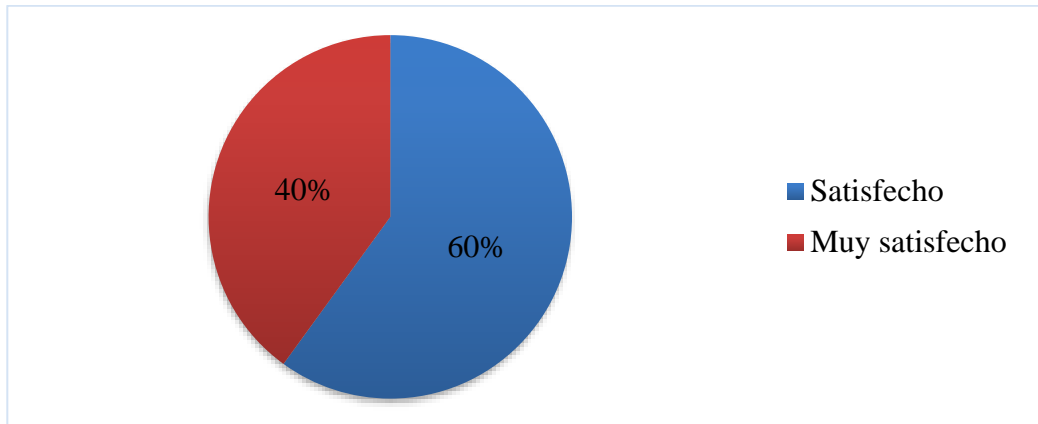
El personal de la empresa de telecomunicaciones respeta el orden de llegada de los usuarios



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones respeta el orden de llegada de los usuarios el 50% se siente satisfecho y el otro 50% muy satisfecho.

Figura 25

El personal de la empresa de telecomunicaciones se encuentre correctamente uniformado y aseado

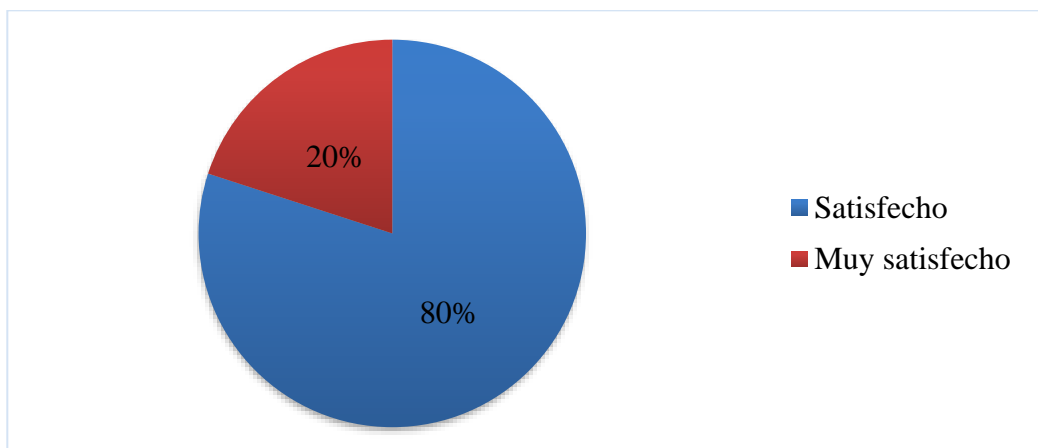


En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones se encuentre correctamente uniformado y aseado el 60% se siente satisfecho y el otro 40% muy satisfecho.

DIMENSIÓN: TECNOLÓGICA-CIENTÍFICA

Figura 26

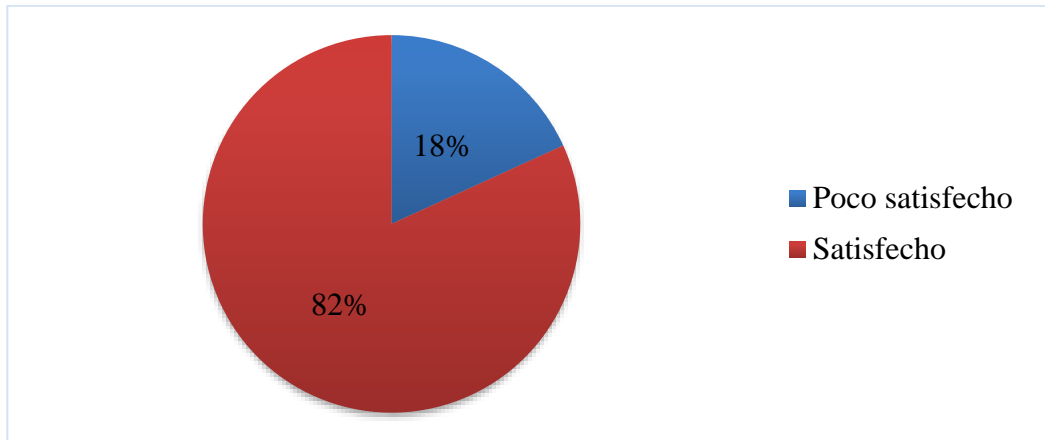
El personal de la empresa de telecomunicaciones le otorgo correctamente todos los productos adquiridos en su compra



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le otorgo correctamente todos los productos adquiridos en su compra el 80% se siente satisfecho y el 20% muy satisfecho.

Figura 27

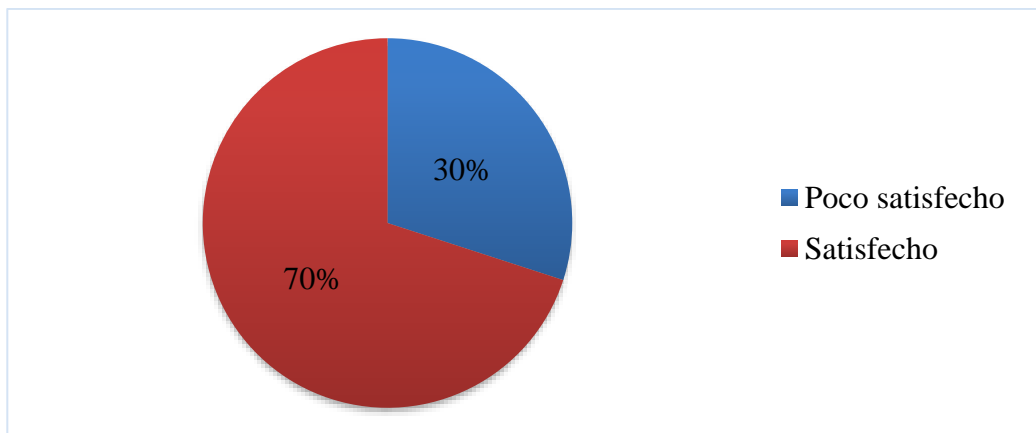
El personal de la empresa de telecomunicaciones le orienta sobre los procesos y cuidados de los móviles que ha adquirido



En cuanto si al personal de la empresa de telecomunicaciones le orienta sobre los procesos y cuidados de los móviles que ha adquirido, el 82% se siente satisfecho y el 18% poco satisfecho.

Figura 28

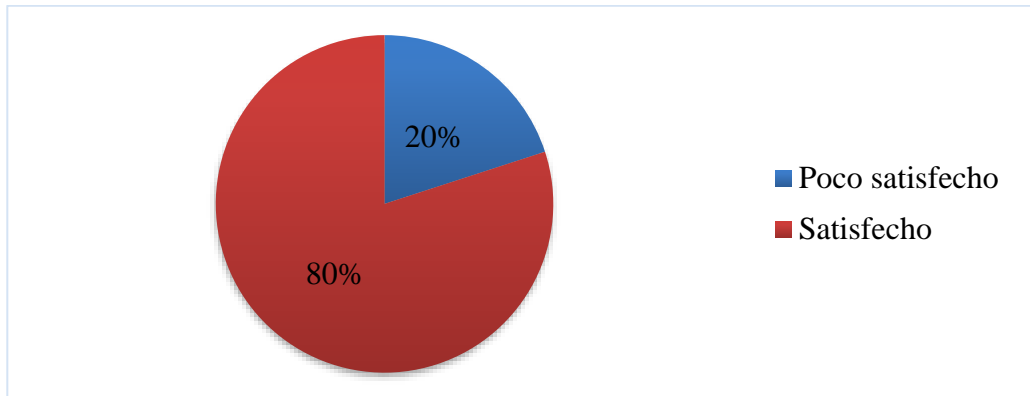
El personal de la empresa de telecomunicaciones le da charlas educativas mientras es atendida



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le da charlas educativas mientras es atendida el 70% se encuentra satisfecho y el 30% poco satisfecho.

Figura 29

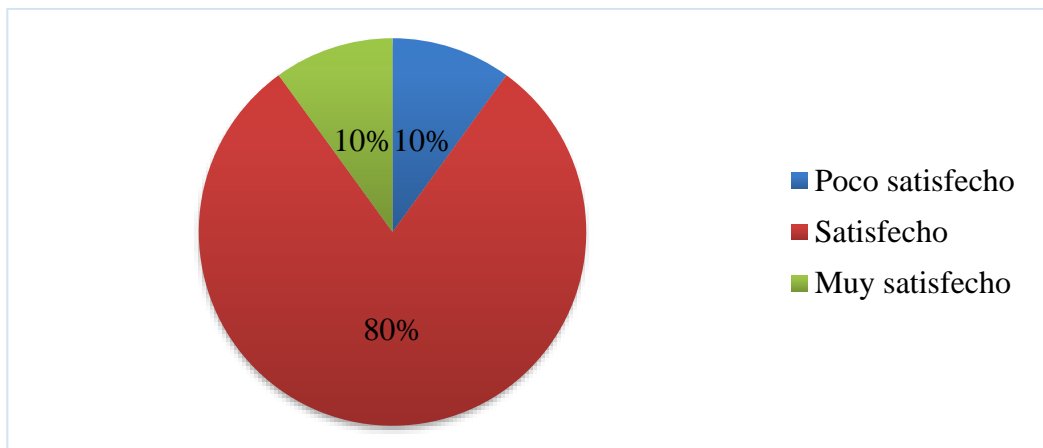
El personal de la empresa de telecomunicaciones demuestra seguridad y dominio, con respecto a los procesos y cuidados de los equipos móviles



En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones demuestra seguridad y dominio, con respecto a los procesos y cuidados de los equipos móviles el 80% se siente satisfecho y el 20% poco satisfecho.

Figura 30

El personal de la empresa de telecomunicaciones le ofrece alternativas para los pagos de sus equipos móviles

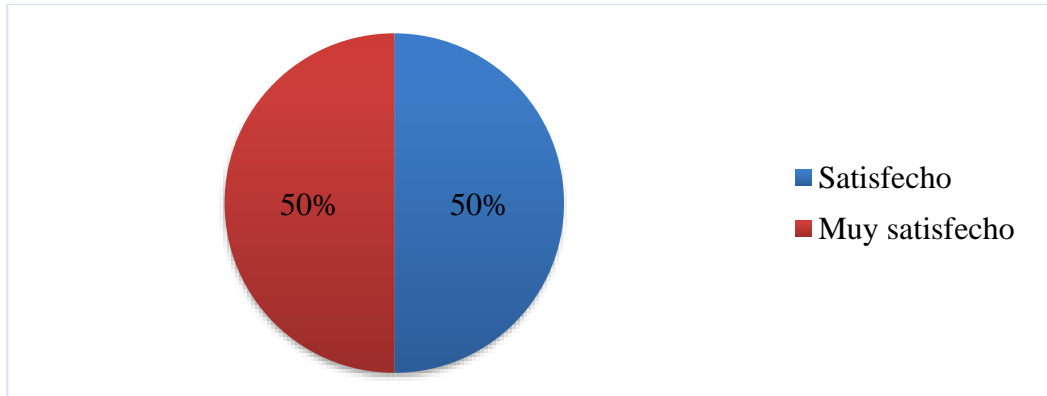


En cuanto a si el personal de la empresa de telecomunicaciones le ofrece alternativas para los pagos de sus equipos móviles el 80% se siente satisfecho, el 10% poco satisfecho y el 10% muy satisfecho.

DIMENSIÓN: ENTORNO

Figura 31

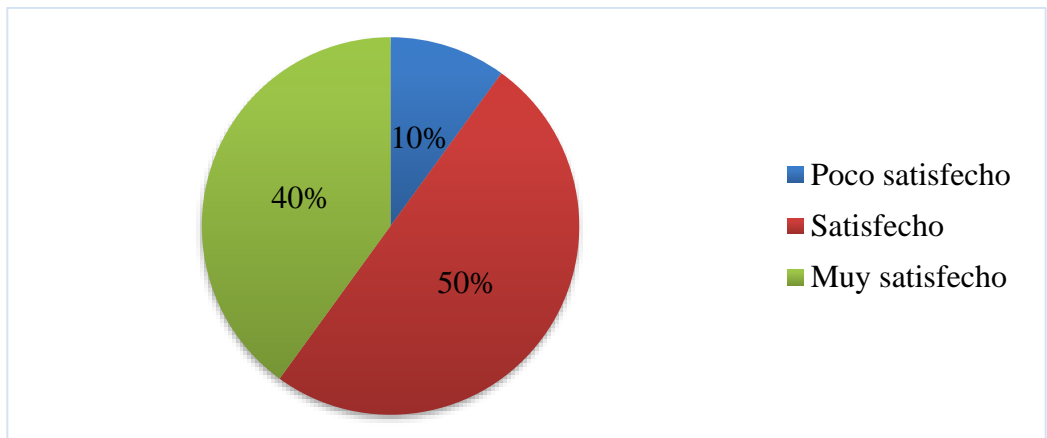
Considera que la empresa de telecomunicaciones está limpia y ordenada



En cuanto a si considera que la empresa de telecomunicaciones está limpia y ordenada el 50% se encuentra satisfecho y el otro 50% poco satisfecho.

Figura 32

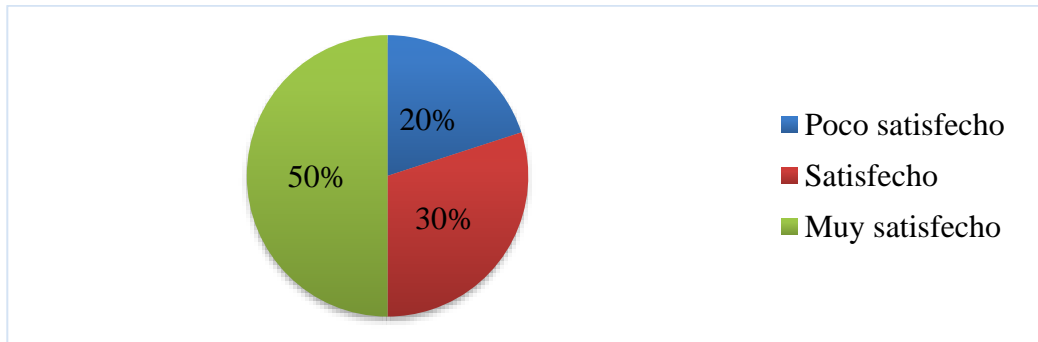
Considera que la empresa de telecomunicaciones esta adecuadamente iluminada y ventilada



En cuanto a si considera que la empresa de telecomunicaciones esta adecuadamente iluminada y ventilada el 50% se siente satisfecho, el 40% muy satisfecho y el 10% poco satisfecho.

Figura 33

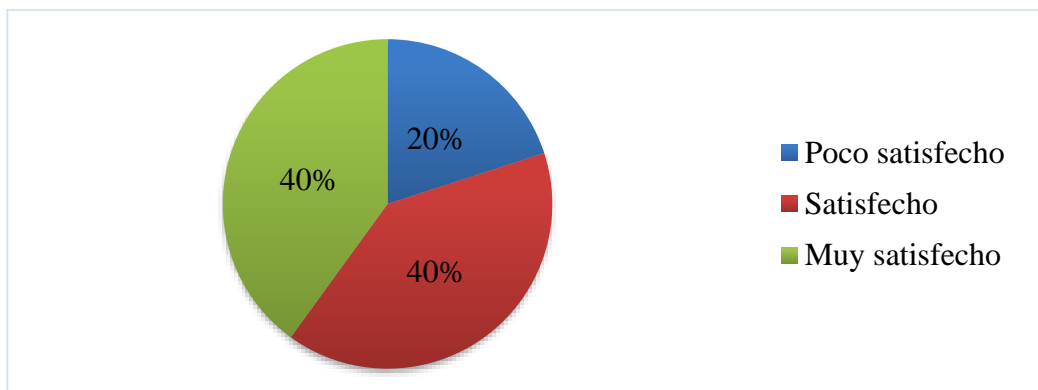
Considera que la empresa de telecomunicaciones presenta letreros, avisos que facilitan su ubicación y/o información hacia los usuarios del servicio



En cuanto a si considera que la empresa de telecomunicaciones presenta letreros, avisos que facilitan su ubicación y/o información hacia los usuarios del servicio el 50% se siente muy satisfecho, el 30% satisfecho y el 20% poco satisfecho.

Figura 34

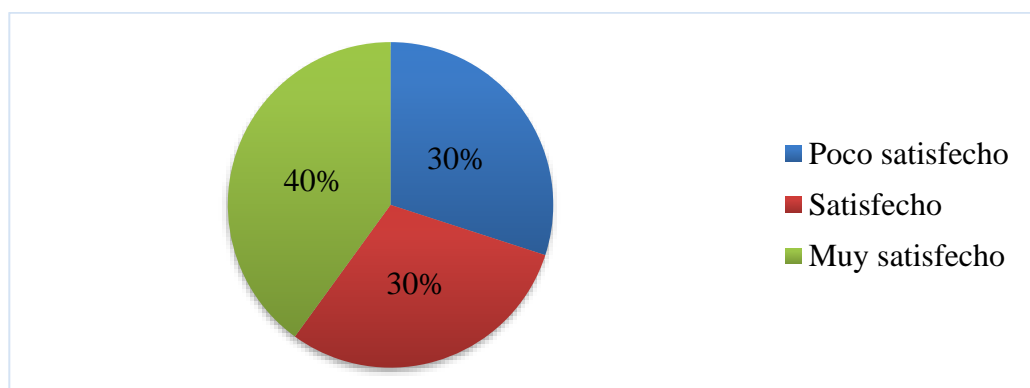
Considera que la empresa de telecomunicaciones está ubicado en una zona segura (presencia de policía y/o serenazgo)



En cuanto a si considera que la empresa de telecomunicaciones está ubicado en una zona segura (presencia de policía y/o serenazgo), el 40% se siente muy satisfecho, el 40% satisfecho y el 20% poco satisfecho.

Figura 35

Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande presenta adecuado abastecimiento y distribución de los productos



En cuanto a si considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande presenta adecuado abastecimiento y distribución de los productos, el 40% se siente muy satisfecho, el 30% poco satisfecho y el otro 30% satisfecho.

3.3. Relación entre la atención con la satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande, 2020.

Para establecer las relaciones entre las variables atención al cliente y satisfacción al cliente se realizaron un análisis uniando las dimensiones establecidas para cada variable y que permiten sacar una conclusión específica siendo los siguientes resultados:

La dimensión fiabilidad en donde se estudia la calidad de la atención de inicio a fin en el servicio, el orden de atención, la atención sin discriminación o diferenciación, la rapidez y la eficacia, la solución de inconvenientes y otros elementos; relacionadas con la dimensión humanística de la variable satisfacción donde se mide la satisfacción del cliente con relación al cuidado y precaución del personal, el trato amable y cortés, confiabilidad y discreción, respeto del orden y presentación personal se puede decir según los resultados que es positiva y que guarda concordancia el buen trato en la atención al cliente con la satisfacción del cliente.

En la variable atención al cliente la dimensión capacidad de respuesta, donde se mide la rapidez, eficacia, ofrecimiento de alternativas oportunas, permanencia en el servicio se relaciona con la dimensión tecnológica – científica de la variable

satisfacción al cliente de manera positiva aunque se deja entrever algunos criterios menores al 15% de insatisfacción en cuanto a la orientación de procesos y esto va relacionado con la eficacia; hay que entender también que la población de Bagua en un segmento importante no está acostumbrado a estos servicios tecnológicos y les puede costar adaptarse.

La dimensión tangibilidad de la variable atención al cliente guarda relación positiva significativa con la dimensión entorno de la variable satisfacción del cliente. Ambas dimensiones tienen que ver con la tangibilidad, lo visible y material de la empresa dentro y fuera, de igual manera los clientes muestran un alto nivel de satisfacción aunque existe una ligera insatisfacción relacionada con la seguridad de la ubicación de la zona.

Teniendo en cuenta la interrelación de variables se está determinando que existe una relación positiva y significativa entre la variable atención al cliente y satisfacción del cliente en la empresa de telecomunicaciones Entel Perú SAC Bagua Grande.

IV. DISCUSIÓN

Para el desarrollo de las empresas de servicios los investigadores en ciencias económicas y en el campo de la medicación le dan mucha importancia a conocer sobre la atención y la satisfacción del cliente ya que esto llevado de manera positiva garantiza el éxito de la empresa asegurando que los clientes tomen cierta fidelidad por el servicio que se brinda.

El 2019 Rivera investiga sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en una empresa en Ecuador, tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente aplicando el cuestionario científico modelo servqual que permitió conocer las percepciones y expectativas de los clientes. La investigación fue cuantitativa utilizando modelos de métodos descriptivos y como resultados se obtuvo que en la dimensión fiabilidad y capacidad de respuesta se presentan brechas negativas muy altas las cuales deben ser minimizadas y para ello se debe mejorar los procesos. La presente tesis no toma el modelo servqual de una manera directa por no tener la variable calidad pero considera para realizar el diagnóstico y cuantificar la información las dimensiones de este modelo que son: de fiabilidad, capacidad de respuesta, tangibilidad entre otros en la variable atención al cliente. La presente tesis establece una dimensión entre las variables atención y satisfacción al cliente, encontrándose ligeras brechas en las dimensiones entorno y eficacia de la variable satisfacción que deben ser corregidas mejorando los procesos y analizando opiniones que permitan una mejor ubicación de la empresa en un espacio que signifique mayor seguridad para el cliente; cabe resaltar que la variable seguridad también se debe incluir la seguridad sanitaria que es muy importante en esta época de pandemia.

Ros el 2019 investiga sobre la calidad percibida y la satisfacción del usuario en personas con discapacidad intelectual, esta investigación estuvo dirigida a personas con trastornos de espectro autista, utilizó una metodología de estudio empírico y llega a concluir que el interés por la evaluación y la cuantificación de la calidad del servicio ha llevado al desarrollo en modelos que tratan de explicar cómo se forma la calidad de servicio, caracterizándose por su carácter multidimensional al recoger varias dimensiones o determinantes de la calidad del servicio, distinguiendo principalmente entre calidad técnica y calidad funcional.

Si bien es cierto la investigación de Ros no está relacionada con una empresa específicamente se la ha considerado para ser discutida teniendo en cuenta que se trata de servicios a seres humanos y que sin importar el modelo de la medición de satisfacción se identifica si realmente estos han llegado a estar satisfechos o no con los servicios.

El 2013 Vera estudia los atributos de calidad del servicio de telefonía móvil para clientes Mexicanos y su impacto con la satisfacción; se plantea como hipótesis una relación directa entre atributo y satisfacción y atributo y lealtad así como satisfacción y lealtad, partiendo de la idea que los atributos son antecedentes de la satisfacción y que a su vez es un antecedente de la lealtad, ante esta investigación la presente que maneja las variables atención y satisfacción también se ha establecido una correlación que se concluye que es positiva entre las dimensiones fiabilidad y humanística, tecnología – ciencia con capacidad de respuesta y tangibilidad con entorno.

El 2017 Montes investiga el nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular en la ciudad de Iquitos, la investigación fue descriptiva de diseño no experimental y analiza variables independientes como calidad de servicio, cobertura, internet, precio del plan y otros y variable independiente satisfacción al cliente. Con esta investigación concluye que la cobertura o alcance del servicio y la velocidad del internet tienen mayor importancia para los clientes tanto que el contrato referido no es determinante en el nivel de satisfacción. Los resultados encontrados en la presente investigación son totalmente lo contrario teniendo en cuenta que el cliente busca un buen trato, eficacia, eficiencia, la solución rápida de sus problemas y seguridad.

El 2017 Espinoza investiga la calidad del servicio percibida y la satisfacción del cliente de telefonía móvil en un centro de atención al cliente. En esta investigación Espinoza postula que la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente y guarda total relación con los resultados encontrados con la presente tesis basándose en variables tangibles e intangibles como son entorno y eficacia.

V. CONCLUSIONES

- En el diagnóstico de la atención al cliente se ha podido visualizar que existe opiniones favorables en relación a esta tanto en la dimensión fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e intangibilidad donde los clientes han determinado en promedio que esta es de buena a excelente en un 70% pero existe una pequeña brecha en la variable discriminación o diferencia donde un grupo de clientes manifestó sentirla.
- En la determinación del nivel de satisfacción del cliente estos en las dimensiones humanísticas, tecnología o ciencia y entorno se encuentra un nivel alto de satisfacción con ligeras brechas en cuanto a seguridad y alternativas de solución.
- Se ha determinado que la relación entre la variable atención al cliente y satisfacción del cliente es positiva y altamente significativa después de haber establecido relaciones específicas entre las dimensiones humanísticas y fiabilidad, ciencia y tecnología con capacidad de respuesta y tangibilidad con entorno.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a la empresa de telecomunicación Entel Perú SAC Bagua Grande tener en cuenta los resultados de esta investigación para establecer políticas de mejora que les permitan un mejor posicionamiento en el mercado.
- ✓ Se recomienda a los investigadores continuar con investigaciones relacionadas a la gestión administrativa en la empresa en mención que permita identificar y plantear propuestas de solución a otros problemas en la empresa de telecomunicaciones

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Espinoza, H. (2017). *“Calidad de servicio percibida y satisfacción del cliente de telefonía móvil del Centro de Atención al Cliente de Megaplaza de la empresa de telecomunicaciones América Móvil Perú S.A.C.”*. (U. I. Vega, Ed.) Lima, Perú : Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 , de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2571/Tesis%20Espinoza%20Segovia%20Henry.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Montes, H. (2017). *“Nivel de satisfacción de los clientes de telefonía celular de claro en la ciudad de Iquitos, periodo diciembre 2016”*. (U. N. Peruana, Ed.) Iquitos, Perú : Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 , de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5000/Harry_Tesis_Maestr%C3%ADa_2017.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Navarro, L. (2018). *“Evaluación de la calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa claro en la ciudad de Chachapoyas – 2016”*. (U. N. Mendoza, Ed.) Chachapoyas, Amazonas : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 , de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1461/NAVARRO%20MEJIA%20LADY%20FIORELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, S. (2019). *“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”*. (U. C. Guayaquil, Ed.) Ecuador : Escuela de Posgrado. Recuperado el 10 de noviembre de 2020 , de http://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC_1a405ed0970e077e00db395937c4c028
- Ros, A. (2016). *“Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual”*. (U. C. Antonio, Ed.) Murcia, España : Escuela Internacional de Doctorado. Recuperado el 10 de noviembre de 2020 , de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1638/Tesis.pdf?sequence=1&i>

- Vera, J. (2013). *“Atributos de calidad del servicio de la telefonía móvil para clientes mexicanos y su impacto en la satisfacción y en la lealtad hacia la marca”*. (U. N. México, Ed.) Distrito Federal, México . Recuperado el 9 de noviembre de 2020 , de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39527853003>
- Zevallos, M. (2016). *“Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios de telefonía móvil de Movistar en la ciudad de Iquitos, periodo diciembre 2015”*. (U. N. Peruana, Ed.) Iquitos: Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 , de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4193/Marie_la_Tesis_Maestria_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ENCUESTA SOBRE CALIDAD DE ATENCION

Indicaciones: La encuesta es de carácter anónimo, y las respuestas son de tipo confidencial, así que le agradecemos su sinceridad. Marque con una EQUIS (X) o con una CRUZ (+), en las columnas enumeradas del 1 al 4, según su criterio, y de acuerdo a la escala, cada pregunta que se formula.

DATOS ESPECÍFICOS

- 1 Malo
- 2 Regular
- 3 Bueno
- 4 Excelente

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	1	2	3	4
DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
1	¿La calidad de atención fue correcta en el servicio, desde el inicio hasta el final?				
2	¿Le atendieron de acuerdo al turno establecido?				
3	¿La atención realizada fue ordenada de acuerdo a su turno?				
4	¿Realizaron la atención sin discriminación y/o diferenciación, con respecto a otras personas?				
DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
5	¿La atención fue rápida y eficaz?				
6	¿Cuándo se presentó un inconveniente, lo resolvieron inmediatamente?				
7	¿En caso de ausencia de un producto, le ofrecieron las alternativas correctas, oportunamente?				
8	¿El personal permanece en su servicio, y no se ausenta por mucho tiempo?				
DIMENSIÓN: SEGURIDAD					
9	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande que le atendió, le inspiró confianza?				
10	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande que le atendió, tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios?				
11	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande que le atendió, le brindó el tiempo suficiente para contestar sus dudas o preguntas?				
12	¿Durante su atención en la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande se respetó la confidencialidad?				
DIMENSIÓN: EMPATIA					

13	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande que le atendió le trató con afabilidad, respeto y paciencia?				
14	¿Usted comprendió, la explicación que el personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, le brindó sobre las dudas e inconvenientes que presenta con su línea telefónica?				
15	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, es tolerante, y es capaz de respetar distintos puntos de vista del usuario?				
16	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, es comprensivo con sus consultas y reclamos?				
DIMENSIÓN: TANGIBILIDAD					
17	¿Las instalaciones físicas de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande son visualmente atractivas?				
18	¿Los avisos, letreros, carteles, señalizaciones; de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, fueron adecuados para orientar a los usuarios?				
19	¿El establecimiento de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, cuenta con baños limpios para los usuarios?				
20	¿Las distintas aéreas de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, se encontraron limpios, y contaron con bancas o sillas para la comodidad de los usuarios?				

CUESTIONARIO SOBRE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Indicaciones: La encuesta es de carácter anónimo, y las respuestas son de tipo confidencial, así que le agradecemos su sinceridad. Marque con una EQUIS (X) o con una CRUZ (+), en las columnas enumeradas del 1 al 4, según su criterio, y de acuerdo a la escala, cada pregunta que se formula.

DATOS ESPECÍFICOS

- 1 No satisfecho
- 2 Poco satisfecho
- 3 Satisfecho
- 4 Muy satisfecho

N°	DIMENSIONES / ITEMS	1	2	3	4
DIMENSIÓN: HUMANISTICA					
1	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, le atiende con cuidado y precaución?				
2	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande le brinda un trato afable y cortes?				
3	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande respeta la confidencialidad, y actúa con discreción?				
4	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande respeta el orden de llegada de los usuarios?				
5	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande se encuentre correctamente uniformado y aseado?				
DIMENSIÓN: TECNOLOGICA-CIENTIFICA					
6	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande le otorgo, correctamente todos los productos adquiridos en su compra?				
7	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande le orienta sobre los procesos y cuidados de los móviles que ha adquirido?				
8	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande le da charlas educativas mientras es atendida?				
9	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, demuestra seguridad y dominio, con respecto a los procesos y cuidados de los equipos móviles?				
10	¿El personal de la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande le ofrece alternativas para los pagos de sus equipos móviles?				
DIMENSIÓN: ENTORNO					
11	¿Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande está limpia y ordenada?				

12	¿Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande esta adecuadamente iluminada y ventilada?				
13	¿Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande presenta letreros, avisos que facilitan su ubicación y/o información hacia los usuarios del servicio?				
14	¿Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande, está ubicado en una zona segura (presencia de policía y/o serenazgo)?				
15	¿Considera que la empresa de telecomunicaciones ENTEL PERÚ SAC Bagua Grande presenta adecuado abastecimiento y distribución de los productos?				