



CV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES Y LA CALIDAD DE SERVICIO POST VENTA
RECIBIDO EN LA EMPRESA ALFA MOTORS HONDA CENTER
TARAPOTO 2012”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

ALDO RAMÍREZ BRIONES

ASESORES:

Lic. ANA LUISA RENGIFO VARGAS

Lic. ROGER BURGOS BARDALES

TARAPOTO – PERÚ

2013

DEDICATORIA

*A Dios; por su infinito amor y
cada bendición recibida.*

*A mis padres: Wellington y Corita,
por guiarme en esta largo sendero
de la vida.*

*A Taniht, mi bella esposa por
su amor y apoyo incondicional.*

Aldo Ramírez Briones.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Título de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, es para nosotros un honor dejar a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado:

“RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y LA CALIDAD DE SERVICIO POST VENTA RECIBIDO EN LA EMPRESA ALFA MOTORS HONDA CENTER TARAPOTO 2012” con el fin de optar el TÍTULO DE LICENCIADO EM ADMINISTRACIÓN.

Esperamos que la presente tesis cumpla con los requisitos establecidos, y pueda contribuir con aportes significativos en el estudio de las variables psicológicas en estudio y el rendimiento académico.

Tarapoto, Setiembre 2013

Aldo Ramírez Briones.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad César Vallejo que nos brindó la oportunidad de escalar un peldaño más en el arduo camino del desarrollo profesional.

A nuestros docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo de los cuales guardamos las mejores enseñanzas.

Al Ing. Alberto Sotero Montero; por su apoyo incondicional en la elaboración de la presente investigación.

A Paúl Villegas Valera, que en su calidad de Coordinador de Honda – Tarapoto, permitió el acceso a información de la empresa Alfa Motors para objetivos de investigación.

Finalmente a todos mis familiares que hicieron posible esta presentación.

Aldo Ramírez Briones

INDICE

DEDICATORIA.....	i
PRESENTACION.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
INDICE.....	iv
DECLARACION JURADA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCION.....	ix
CAPÍTULO I.....	11
MARCO METODOLOGICO.....	11
1.1. El Problema.....	11
1.1.1. Selección del Problema.....	11
1.1.2. Antecedentes del Problema.....	13
1.1.3. Formulación del Problema.....	19
1.1.4. Justificación.....	20
1.1.5. Limitaciones.....	21
1.2. Objetivos.....	21
1.3. Hipótesis.....	22
1.4. Variable - Indicadores.....	23
1.5. Diseño de Ejecución.....	23
1.5.1. Tipo de Diseño.....	23
1.5.2. Población - Muestra.....	24
1.5.3. Técnicas, instrumentos, fuentes e informantes.....	25
CAPÍTULO II.....	27
MARCO REFERENCIAL CIENTIFICO.....	27
2.1. Marco Teórico.....	27
2.2. Marco Conceptual.....	41
CAPÍTULO III.....	42
DESCRIPCION DE RESULTADOS.....	42
CAPÍTULO IV.....	54
CONTRATACION DE HIPOTESIS.....	54

CAPÍTULO V.....	56
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	56
CAPÍTULO VI.....	59
6.1. Conclusiones.....	59
6.2. Recomendaciones.....	61
CAPÍTULO VII.....	62
7.1. Bibliografía.....	62
Anexos.....	64

DECLARACION JURADA DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

La Tesis para Licenciatura en Administración de **“RELACIÓN ENTRE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y LA CALIDAD DE SERVICIO POST VENTA RECIBIDO EN LA EMPRESA ALFA MOTORS HONDA CENTER TARAPOTO 2012”**

Ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan a la biografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

ALDO RAMÍREZ BRIONES.

DNI N° 42713689

RESUMEN

Con el objetivo de determinar la existencia o no de una relación significativa entre el nivel de satisfacción y la calidad de servicio post venta en los clientes, se llevó a cabo un estudio descriptivo correlacional cuya población estuvo conformada por 90 clientes de la empresa Alfa Motors Honda Center Tarapoto 2012.

Los instrumentos utilizados fueron: el Cuestionario NS, elaborado según la Teoría de Thompson para evaluar el Nivel de Satisfacción y el Cuestionario CS, elaborado según el modelo SERVQUAL para evaluar la Calidad de Servicio.

En el análisis de datos se empleó la prueba estadística Chi 2.

En la investigación se arribaron a las siguientes conclusiones:

En la presente investigación, se arribó a las siguientes conclusiones; el 57.78% de los usuarios se encuentra satisfechos a nivel de satisfacción y con respecto a la calidad de servicio post venta, el 27.78% encuentra un alto nivel de calidad de servicio, así mismo el 22.22% considera un modesto nivel de calidad.

Se encontró que existe una relación significativa entre el nivel de satisfacción y la calidad de servicio post venta en los clientes, se llevó a cabo un estudio descriptivo correlacional cuya población estuvo conformada por 90 clientes de la empresa Alfa Motors Honda Center Tarapoto 2012.

Palabras claves: Nivel de Satisfacción. Calidad de Servicio.

ABSTRACT

With the objective of determining the existence or not of a significant relationship between the level of satisfaction and the quality of after sales service in customers, was carried out a descriptive correlational study whose population was composed of 90 customers of the company Alpha Motors Honda Center Tarapoto 2012.

The instruments used were: the questionnaire NS, developed according to the theory of Thompson to assess the level of satisfaction and the Questionnaire CS, developed according to the SERVQUAL model to assess the quality of service.

In data analysis use the statistical test Chi 2.

In the research were reached the following conclusions:

In the present study, we arrived at the following conclusions; 57.78 % of the users is satisfied at the level of satisfaction and with regard to the quality of post-sales service, the 27.78 % finds a high level of quality of service, as well as the 22.22 % considers a modest level of quality.

It was found that there is a significant relationship between the level of satisfaction and the quality of after sales service in customers, was carried out a descriptive correlational study whose population was composed of 90 customers of the company Alpha Motors Honda Center Tarapoto 2012.

Key Words: Level of satisfaction. Quality of Service.