



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad del servicio y grado de satisfacción de los clientes
de supermercados La Canasta basada en la escala**

SERVQUAL - Cusco – 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro de Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Bach. Guevara Villafuerte Cristian Santiago

ASESOR:

Mgt. Valencia Vila José Luis

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

PERÚ - 2018

Página del Jurado

DEDICATORIA

La presente investigación, la dedico a Dios y a María Auxiliadora por ser amor infinito.

A mis padres Julio César Guevara García y Matilde Villafuerte Aybar por su fuerza, amor incondicional y su gran fortaleza que me han mostrado la senda que debo seguir en la vida, por haberme forjado como la persona que soy y todos mis logros les debo a ellos.

A mis hermanos Katherina, Julio César, Margaret y César por su aliento, sus consejos, a mis sobrinos por su cariño incondicional, a Luana que físicamente no se encuentra con nosotros, desde el cielo me cuida y es mi estrella.

A Marcela por su afecto, amor incondicional, que es mi ánimo a la felicidad, siendo mí ayuda siempre.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo especialmente a la Doctora María Hilda Rozas Cáceres, por todo su apoyo en el desarrollo de esta investigación, al Doctor Martin Barraza Sánchez por la exigencia en cada sesión de clase, al Doctor Waldo Campaña Morro y al Doctor José Luis Valencia Vila por su tiempo y esmero en esta investigación.

A mis padres Julio César y Matilde por aportar en mi desarrollo profesional.

Declaratoria de Autenticidad

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada **”CALIDAD DE SERVICIO Y GRADO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE SUPERMERCADO LA CANASTA BASADA EN LA ESCALA SERVQUAL – CUSCO - 2018”**, con el objetivo de determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del supermercado La Canasta – 2018, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Maestro en administración de negocios Esperando cumplir con los requisitos de aprobación. El trabajo está conformado por siete capítulos:

Cristian Santiago Guevara Villafuerte

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. INTRODUCCION	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	4
1.2.1. Internacionales	4
1.2.2. Nacionales	6
1.2.3. Locales.....	8
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	9
1.3.1. Marco teórico	9
1.3.2. Modelo de calidad del servicio de Christian Grönroos (1984)	20
1.3.3. Marco Conceptual	27
1.4. Formulación del problema	36
1.4.1. Problema general.....	36
1.4.2. Problemas específicos	36
1.5. Justificación del estudio	36
1.5.1. Justificación teórica	36
1.5.2. Justificación práctica	37
1.5.3. Justificación metodológica.....	37
1.5.4. Justificación social.....	37
1.6. Hipótesis.....	37
1.6.1. Hipótesis general.....	37
1.6.2. Hipótesis específicas	37

1.7.	Objetivos	38
1.7.1.	Objetivo general	38
1.7.2.	Objetivos específicos	38
II.	MÉTODO	39
2.1	Diseño de la investigación	39
2.2	Variables, operacionalización	40
a.	Calidad de servicio.....	40
b.	Satisfacción de los clientes:	42
2.3	Población y muestra	44
a.	Población.....	44
b.	Muestra.....	45
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	47
a.	Técnica	47
b.	Instrumento.....	47
c.	Validez.....	48
d.	Confiability.....	49
2.5	Método de análisis de datos.....	52
2.6	Aspectos éticos.....	52
III.	RESULTADOS.....	53
1.	Genero.....	53
2.	Estado civil.....	55
i.	Resultados de calidad de servicio	56
ii.	Resultados de satisfacción de los clientes	57
iii.	Resultados dimensión de elementos tangibles.....	58
iv.	Resultados dimensión de fiabilidad	59

v.	Resultados dimensión de capacidad de respuesta.....	60
vi.	Resultados dimensión de seguridad	61
vii.	Resultados dimensión de empatía	62
viii.	Resultados dimensión de validez	63
ix.	Resultados dimensión de lealtad.....	64
i.	Coeficiente de Pearson	65
ii.	Hipótesis general:	65
iii.	Hipótesis específicas	66
x.	Discusión	72
xi.	Conclusiones	78
xii.	RECOMENDACIONES	80
xiii.	Referencias.....	81

ANEXOS

Índice de Tablas

Tabla 1: Dimensiones calidad de servicio	13
Tabla 2: Calidad de Servicio	41
Tabla 3: Satisfacción del cliente	43
Tabla 4: Calculo de la población	44
Tabla 5: Valores del nivel de confianza	46
Tabla 6: Escala de confiabilidad.....	49
Tabla 7: Resumen de procesamiento de casos.....	50
Tabla 8: Fiabilidad - Alfa de Cronbach	50
Tabla 9: Estadísticas de total de elemento	50
Tabla 10: Criterios Éticos para el recojo de información.....	53
Tabla 11: Genero de los encuestados.....	54
Tabla 12: Estado civil de los encuestados.....	55
Tabla 13: Calidad de servicio	56
Tabla 14: Satisfacción de los clientes	57
Tabla 15: Dimensión de elementos tangibles.....	58
Tabla 16: Dimensión de fiabilidad	59
Tabla 17: Dimensión de capacidad de respuesta.....	60
Tabla 18: Dimensión de seguridad.....	61
Tabla 19: Dimensión de empatía	62
Tabla 20: Dimensión de validez	63
Tabla 21: Dimensión de lealtad.....	64
Tabla 22: Coeficiente de relación de Pearson	65
Tabla 23: Chi cuadrado - Hipótesis general	66
Tabla 24: Chi Cuadrado -Elementos tangibles y satisfacción del cliente	67
Tabla 25: Chi Cuadrado - Fiabilidad y satisfacción del cliente.....	68
Tabla 26: Chi Cuadrado - Capacidad de respuesta y satisfacción del cliente.....	69
Tabla 27: Chi Cuadrado - La seguridad y satisfacción del cliente.....	70
Tabla 28: Chi Cuadrado - Empatía y satisfacción del cliente.....	71

Índice de figuras

Figura 1: Genero de los encuestados	54
Figura 2: Estado civil de los encuestados	55
Figura 3: Calidad de servicio.....	56
Figura 4: Satisfacción de los clientes	57
Figura 5: Elementos tangibles.....	58
Figura 6: Fiabilidad	59
Figura 7: Capacidad de respuesta	60
Figura 8: Seguridad	61
Figura 9: Empatía	62
Figura 10: Validez	63
Figura 11: Lealtad	64

RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del supermercado La Canasta, nos contestaremos a la pregunta ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio con la satisfacción de los clientes del supermercado La Canasta basada en el método SERVQUAL?

La presente investigación es de diseño no experimental de corte transversal, en el desarrollo de esta investigación se tomó la muestra de 384 clientes que son clientes del supermercado La Canasta ubicado en la Urb. Santa Mónica distrito de Wanchaq, para el levantamiento de la información se utilizó la técnica de encuesta del tipo Likert bajo el modelo SERVQUAL siendo 30 ítems en su totalidad, de los cuales, 22 ítems corresponden a la variable calidad de servicio y 08 ítems corresponden a la variable satisfacción del cliente, la información obtenida fue debidamente procesada por el programa estadístico SPSS Statistics Versión 22.

Respecto a la literatura consultada, el respaldo de la presente investigación, fue el paradigma a la disconformidad propuesta por (Parasuraman , Zeitml, & Berry, 1985) con la metodología SERVQUAL.

El pos procesamiento en el programa y la confiabilidad es validado (Alpha de Crombach) siendo 0.8 lo que significa que es bueno después de los resultados, fue posible proponer algunas recomendaciones que permitan obtener clientes más satisfechos, demostramos en la presente investigación que la variable de calidad de servicio si está relacionado con la variable de satisfacción del cliente del supermercado La Canasta ubicado en Santa Mónica.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del cliente, SERVQUAL, percepción, supermercado.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the relationship between the quality of service and the satisfaction of the customers of the supermarket La Canasta, we will answer the question, How is the quality of service related to the satisfaction of the supermarket customers La Canasta based on the SERVQUAL method?

The present investigation is of non-experimental transversal sectional design, in the development of this research, a sample of 384 customers who are customers of the La Canasta supermarket located in Santa Mónica was taken, for the survey of the information the survey technique of the Likert type under the SERVQUAL model being 30 items in its totality, of which 22 items correspond to the quality of service variable and 08 items correspond to the customer satisfaction variable, the information obtained was duly processed by the statistical program SPSS Statistics Version 22

Regarding the literature consulted, the support of this research was the paradigm to the disagreement proposed by (Parasuraman, Zeitml, & Berry, 1985) with the SERVQUAL methodology.

The post processing in the program and the reliability is validated (Alpha de Crombach) being 0.8 which means that it is good after the results, it was possible to propose some recommendations that allow to obtain more satisfied clients, we demonstrate in the present investigation that the variable of quality of service if it is related to the customer satisfaction variable of the La Canasta supermarket located in Santa Monica

Keywords: Quality of service, customer satisfaction, SERVQUAL, perception.