



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente del Supermercado Metro de Canto Rey, San
Juan de Lurigancho

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Huamaní Padilla Carmen Rosa (ORCID: 0000-0003-0651-2966)

ASESORES:

Mg. Lino Gamarra Edgar Laureano (ORCID: 0000-0002-2943-5660)

Dr. Arce Álvarez Edwin (ORCID: 0000-0003-3495-2950)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA - PERÚ

2017

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios y a mis padres por haberme apoyado en la culminación profesional de mi carrera. A mi hija por ser pilar el cual me ayudado salir adelante. A mis hermanos por su apoyo y siempre estar conmigo en las buenas y malas y a mis compañeros grandes experiencias que hoy logramos terminar con éxito.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme guiado en todo momento de mi vida por haberme dado las fuerzas necesarias y llegar al término de mi carrera profesional que hoy es un sueño para mí. A mis padres por haberme dado una buena formación porque gracias a su apoyo pude culminar mi carrera profesional. También quiero expresar mis más sentidos agradecimientos a mis profesores durante toda mi carrera profesional y en especial a mi asesor de tesis al Mg. Lino Gamarra Edgar Laureano.

Índice

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	16
2.1 Tipo y diseño de investigación	16
2.2. Operacionalización y variables	17
2.3 Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)	21
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
2.5. Procedimiento	25
2.6. Métodos de análisis de datos	25
2.7. Aspectos éticos	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN	33
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	38
ANEXOS	42

Índice de tabla

	Pág.
Tabla 1: Operacionalización de la variable Calidad de servicio	19
Tabla 2: Operacionalización de la variable Satisfacción del cliente	30
Tabla 3: Tabla de relación de expertos de Calidad de servicio	23
Tabla 4: Tabla de relación de expertos de Satisfacción del cliente	24
Tabla 5: Relación de expertos	24
Tabla 6: Confiabilidad de la variable X: Calidad de servicio	25
Tabla 7: Confiabilidad de la variable Y: Satisfacción del cliente	25
Tabla 8: Distribución de frecuencia Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	27
Tabla 9: Distribución de frecuencia Elementos tangibles y Satisfacción del cliente	28
Tabla 10: Distribución de frecuencia para Fiabilidad y Satisfacción del cliente	29
Tabla 11: Distribución de frecuencia Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente	30
Tabla 12: Distribución de frecuencia para Seguridad y Satisfacción del cliente	31
Tabla 13 Distribución de frecuencia para Empatía y Satisfacción del cliente	32

Índice de anexos

	Pág.
Anexo 1: Matriz de consistencia	42
Anexo 2: Tabla de especificaciones de Calidad de Servicio	44
Anexo 3: Tabla de especificaciones de satisfacción del cliente	45
Anexo 4: Matriz de evidencias internas para la discusión	46
Anexo 5: Formato de validaciones del cuestionario	47
Anexo 6: Gráfico de variables	68
Anexo 7: Confiabilidad de la variable X: Calidad de servicio	69

RESUMEN

La investigación titulada Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente del Supermercado Metro y Canto Rey, San Juan De Lurigancho, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente. La investigación fue descriptivo correlacional, no experimental por su temporalidad de corte transversal. La población se determinó se aplicó la fórmula infinita para obtener la cantidad de clientes del supermercado metro de Canto Rey. Se utilizaron técnicas e instrumento de recolección de datos, se utilizó la encuesta mediante el cuestionario en la escala de Likert, los datos fueron recogidos y procesados de acuerdo al muestreo. La validez del instrumento se hizo mediante el juicio de expertos y la confiabilidad por el Alfa de Cronbach, el cual arrojó 0.814. Se concluyó la Calidad de Servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción del Cliente en el supermercado, donde se obtuvo un nivel de correlación de Rho Spearman de 0.493 y una significancia de 0,000. Dicha relación se basa en la relación significativa que existe relación entre ambas variables.

Palabras claves: calidad de servicio, satisfacción del cliente, elementos tangibles.

ABSTRACT

The research entitled Quality of Service and Customer Satisfaction of the Canto Rey Metro Supermarket, San Juan de Lurigancho, which aims to determine the relationship between the quality of service and customer satisfaction. The present investigation is a descriptive correlational study, not experimental because of its transverse temporality. The population was determined by applying the infinite formula to obtain the number of customers of the Canto Rey metro supermarket. The technique and data collection instrument is related, the survey was used by means of the questionnaire in the Likert scale, the data were collected and processed according to the sampling. The validity of the instrument was made through expert judgment and reliability by Crombach's Alpha, which yielded 0.814. The Quality of Service was concluded to be significantly related to Customer Satisfaction in the supermarket, where a Rho Spearman correlation level of 0.493 and a significance of 0.000 was obtained. This relationship is based on the significant relationship that exists between the two variables.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, tangible elements.