



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz –  
2019.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestro en Administración de Negocios - MBA**

**AUTOR:**

Navarro Paredes, Victor Humberto (ORCID: 0000-0001-9044-8447)

**ASESOR:**

Ms. Casusol Morales, David Omar Fernando (ORCID: 0000-0002-7580-6573)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias funcionales

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

A mi madre, a mis hijos y a mis hermanos por  
su apoyo incondicional

Victor.

## **Agradecimiento**

Agradezco a todos los profesores de la Maestría en Administración de Negocios MBA de la Universidad César Vallejo por los conocimientos que me han transmitido.

El autor.

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página de Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
Índice de Figuras	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	15
2.1. Tipo y diseño de la investigación	15
2.2. Operacionalización de variables	16
2.3. Población, muestra y muestreo	18
2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5. Procedimiento	19
2.6. Método de análisis de datos	20
2.7. Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. REFERENCIAS	40
ANEXOS	

## Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de Niveles y Puntuaciones de la Variable Calidad del Servicio	21
Tabla 2. Nivel descriptivo de la Calidad del Servicio de la compañía Hidrandina, Huaraz – 2019	21
Tabla 3. Matriz de Niveles y Puntuaciones de la Variable Satisfacción del Usuario	22
Tabla 4. Nivel descriptivo de la Satisfacción del Usuario de la compañía Hidrandina, Huaraz - 2019	22
Tabla 5. Prueba de normalidad de los puntajes obtenidos en las diferentes dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de los clientes de la empresa Hidrandina.	24
Tabla 6. Correlación rho de Spearman entre los aspectos tangibles de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	25
Tabla 7. Correlación rho de Spearman entre la fiabilidad de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	25
Tabla 8. Correlación rho de Spearman entre la capacidad de respuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	26
Tabla 9. Correlación rho de Spearman entre la seguridad de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	27
Tabla 10. Correlación rho de Spearman entre la empatía de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	27
Tabla 11. Correlación rho de Spearman entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	28
Tabla 12 Estadísticas de Fiabilidad	61
Tabla 13 Estadísticas de total de elemento	61
Tabla 14: Matriz de Niveles y Puntuaciones de la Variable Calidad del Servicio.	64

Tabla 15: Matriz de Niveles y Puntuaciones de la Variable Satisfacción del Cliente	78
Tabla 16 Dimensión elementos tangibles de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	92
Tabla 17 Dimensión la fiabilidad de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	93
Tabla 18 Dimensión capacidad de respuesta de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	94
Tabla 19 Dimensión la seguridad de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	95
Tabla 20 Dimensión la fiabilidad de la empatía del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	96
Tabla 21 Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz - 2019	97

## Índice de Figuras

Figura 1 Calidad del servicio vs Satisfacción del cliente

23

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz – 2019.

El estudio corresponde a un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y de diseño no experimental – transversal, la población estuvo compuesta de 126 550 clientes de la empresa Hidrandina y por medio de la técnica del muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple se halló la muestra el cual consistió en 383 clientes. Para la recopilación de los datos se empleó la encuesta y como instrumento dos cuestionarios estructurados con relación a las dos variables de estudio; los datos recopilados fueron presentados en cuadros y gráficos, para su mejor análisis e interpretación. Así mismo, el instrumento pasó el filtro de validez y confiabilidad. La validez se realizó por juicio de expertos y la confiabilidad por el coeficiente de Alfa de Cronbach el cual obtuvo un valor de, 0,817, el cual demuestra que tiene un alto grado de consistencia interna y repetitividad.

Para determinar la correlación entre las variables investigadas se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, con una confianza del 95%, en razón de que el nivel de significancia fue de 5% (0,05); y la significación asintótica (bilateral) fue de  $0,000 < 0,05$ , mediante el cual se llegó a la conclusión que existe una relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz – 2019, con un Rho de Spearman de 0,811.

**Palabras clave:** Calidad del servicio, satisfacción del cliente, expectativas del cliente.

## ABSTRACT

The main objective of this research was: To determine the relationship between service quality and customer satisfaction in the company Hidrandina, Huaraz - 2019.

The study corresponds to a quantitative approach, correlational level and non-experimental design - cross-sectional, the population was composed of 126 550 clients of the company Hidrandina and through the technique of simple random probability sampling, the sample was found which consisted of 383 clients. For data collection, the survey was used and two structured questionnaires were used as an instrument in relation to the two study variables; the collected data were presented in tables and graphs, for better analysis and interpretation. Likewise, the instrument passed the filter for warmth and reliability. Validity was performed by expert judgment and reliability by Cronbach's Alpha coefficient, which obtained a value of .817, which shows that it has a high degree of internal consistency and repeatability.

To determine the correlation between the variables investigated the correlation coefficient Spearman's Rho was used, with 95% confidence, because of the significance level was 5% (0.05); and the asymptotic (bilateral) significance was  $0.000 < 0.05$ , through which it was concluded that there is a direct and significant relationship between service quality and customer satisfaction in the company Hidrandina, Huaraz - 2019, with a Spearman Rho of 0.811.

**Keywords:** Quality of service, customer satisfaction, customer expectations.

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-0202 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	--	--

Yo, **David Omar Fernando Casusol Morales**, docente del Programa de maestría en Administración de Negocios – MBA de la Universidad César Vallejo de la filial Chimbote revisor de la tesis titulada: "Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la empresa Hidrandina, Huaraz – 2019", del estudiante **Víctor Humberto Navarro Paredes**, constato que el informe final del trabajo de investigación tiene un índice de similitud de **24%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 02 de agosto de 2019



David Omar Fernando Casusol Morales

DNI N° 17636498

Baboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
--------	----------------------------	--------	---	--------	-----------