



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de
marketing de la empresa Full Aceros en Lima Cercado**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Carrasco Lluen Enma del Milagro (ORCID: 0000-0003-1700-8968)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2017

Dedicatoria

Dedico principalmente a Dios, a mis padres, hermanos, tías y mi enamorado por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por sus consejos y por su incondicional apoyo. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Agradecimiento

Agradezco a mi madre, pues sin ella no lo habría logrado cumplir, por su apoyo incondicional, su esfuerzo, su amor, y por todas sus enseñanzas día a día, lo que fue fundamental para culminar mi tesis, eres mi principal motivo, gracias madre.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	22
3.1. Tipo y diseño de investigación	22
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	25
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
3.5. Procedimientos	33
3.6. Método de análisis de datos	33
3.7. Aspectos éticos	33
IV. RESULTADOS	35
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	48
ANEXOS	54

Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de calidad de servicio	23
Tabla 2: Operacionalización de Satisfacción del cliente	24
Tabla 3: Validación de expertos - variable Calidad de servicio	28
Tabla 4: Validación de expertos - variable Satisfacción del cliente	29
Tabla 5: Validación de juicio de expertos	30
Tabla 6: Estadístico fiabilidad de la variable "Calidad de servicio"	31
Tabla 7: Estadístico fiabilidad de la variable "Satisfacción del cliente"	32
Tabla 8: Frecuencia - calidad de servicio y satisfacción del cliente	35
Tabla 9: Frecuencia - Confianza y satisfacción del cliente	36
Tabla 10: Frecuencia - Responsabilidad y satisfacción del cliente	37
Tabla 11: Frecuencia - Seguridad y satisfacción del cliente	38
Tabla 12: Frecuencia - Empatía y satisfacción del cliente	39
Tabla 13: Frecuencia - Tangibles y satisfacción del cliente	40

Índice de anexos

Anexo 1: Instrumento – calidad de servicio	54
Anexo 2: Cuestionario - satisfacción del cliente	57
Anexo 3: Matriz de consistencia	59
Anexo 4: Tabla de Especificaciones Calidad de Servicio	60
Anexo 5: Tabla de Especificaciones Satisfacción del Cliente	61
Anexo 6: Base de datos de clientes	62
Anexo 7: Resultados de encuesta calidad de servicio	63
Anexo 8: Resultados de encuesta satisfacción del cliente	64
Anexo 9: Formato de validación de cuestionario	65
Anexo 5: Autorización de validación del cuestionario	85

Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Full Aceros ubicada en el distrito de Lima Cercado, su contribución está en otorgar información a la empresa para la toma de decisiones pertinentes, dado que actualmente la calidad de servicio es un asunto bastante fundamental e imprescindible para cualquier negocio debido a que de este es dependiente al fracaso o triunfo de las empresas. Teniendo en cuenta que la investigación es de tipo descriptivo correlacional, con una población de 120 clientes que reciben los servicios de la empresa Full Aceros, tomando como muestra una población de 80 sujetos muestrales. Los instrumentos usados fueron 2 cuestionarios de escala tipo Likert, siendo validada a través de la técnica juicio de expertos con profesionales y concedores del proceso de la investigación. Así pues, se arribó a la conclusión que la calidad de servicio tiene una correlación directa fuerte con la satisfacción del cliente, asimismo ésta con las dimensiones de confianza, responsabilidad, seguridad, empatía, tangible.

Palabras claves: satisfacción, calidad, servicio.

Abstract

The objective of the research was to determine the relationship between the quality of service and customer satisfaction of the Full Aceros company located in the district of Lima Cercado, its contribution is to provide information to the company for making relevant decisions, since Currently the quality of service is a very fundamental and essential issue for any business because of this it is dependent on the failure or success of the companies. Taking into account that the research is of a descriptive correlational type, with a population of 120 clients who receive the services of the Full Aceros company, taking as a sample a population of 80 sample subjects. The instruments used were 2 Likert-type scale questionnaires, being validated through the expert judgment technique with professionals and knowledgeable about the research process. Thus, it was concluded that the quality of service has a strong direct correlation with customer satisfaction, also with the dimensions of trust, responsibility, security, empathy, tangible.

Keywords: satisfaction, quality, service.