



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa
KFC Cusco a través de las ventas B2C en el 2020”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

Livia Oliveros, Luz Marleni (ORCID: 0000-0003-2381-3525)

Silva García, Anny Carmen (ORCID: 0000-0001-9994-9301)

ASESOR:

Dr. Márquez Caro Orlando (ORCID: 0000-0003-4804-2528)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por el baluarte e iluminación en esta causa, a nuestros padres, por ayudar y acompañarnos en este periodo de nuestra vida.

Agradecimiento

Primero a Dios, por ser nuestra fortaleza en momentos difíciles, también a la familia por ser promotores de sueños que si son posibles, también por confiar y creer en nosotros.

A los docentes de esta prestigiosa UCV, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la etapa formativa, con actitud positiva.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	24
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	24
3.2 Variables y operacionalización.....	25
3.3 Población, muestra y muestreo.....	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de data.....	27
3.5 Procedimientos.....	30
3.6 Método de análisis de data.....	30
3.7 Aspectos éticos.....	31
IV. RESULTADOS.....	32
V. DISCUSIÓN.....	36
VI. CONCLUSIONES.....	40
VII. RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS.....	54

Índice de tablas

Tabla 1: Ventas de KFC Cusco 2019	1
Tabla 2: Ventas de KFC Cusco 2020 (COVID).....	2
Tabla 3: Principales diferencias de los enfoques de la calidad.....	9
Tabla 4: Características de los servicios	11
Tabla 5: Escala de Likert.....	27
Tabla 6: Validación.....	28
Tabla 7: Escala de Alfa de Cronbach	29
Tabla 8: Resumen de procesamiento de casos de calidad de servicio.....	29
Tabla 9: Estadísticas de fiabilidad de la variable calidad de servicio	29
Tabla 10: Resumen de la Variable satisfacción del cliente	29
Tabla 11: Fiabilidad de la variable satisfacción del cliente	29
Tabla 12: Baremación de la variable calidad de servicio	30
Tabla 13: Baremo de la variable satisfacción del cliente	31
Tabla 14: Variable calidad de servicio	32
Tabla 15: Descripción de la variable satisfacción del cliente	32
Tabla 16: Pruebas de normalidad	34
Tabla 17: Coeficiente de Rho Spearman.....	34
Tabla 18: Coeficiente de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente	35

Índice de figuras

Figura 1: Definición de Servicio.....	10
Figura 2: Modelo ServPerf	15
Figura 3: Modelo de los 5 Gaps. (Brechas)	16
Figura 4: Ecuación	17
Figura 5: Evaluación de la calidad percibida	18
Figura 6: Modelo de Des confirmación de Expectativas	21
Figura 7. Variable calidad de servicio.....	32
Figura 8. Variab. satisfacción del cliente	33

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente a través de las ventas B2C en la empresa KFC Cusco en el 2020, orientándose con las teorías de Duque (2005) y de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), para presentar la variable calidad de servicio y, las de Thompson (2006) y Morales y Hernández (2004) para la variable satisfacción del cliente. Aplicando una metodología de enfoque cuantitativo de tipo aplicado diseño no experimental nivel correlacional y estudio transversal, con una población de 105 clientes y muestra similar (censal) que reportaron información a través de dos cuestionarios procesados con la escala de Likert y comprobados con la prueba de confiabilidad y validados por expertos. Obteniendo el resultado: se halló la existencia de una vinculación positiva y alta entre las variables calidad de servicio con la satisfacción del cliente a través de las ventas B2C en la empresa KFC Cusco en el 2020, tal como evidencia la prueba de Rho de Spearman con un coeficiente de correlación de 0.631 y una significancia bilateral de $0,000 < 0,05$, que rechaza la hipótesis nula y acepto la hipótesis alterna. Concluyendo: La empresa debe aplicar orientaciones que permitan procedimientos para lograr una mejor calidad de servicio en función de la satisfacción del cliente.; entendiendo que en el éxito del proceso se tiene que enfatizar la garantía de un mejoramiento continuo y sostenible.

Palabras claves: calidad de servicio, satisfacción del cliente, empatía, fiabilidad, seguridad.

Abstract

The general objective of the research was: To determine the relationship of the quality of service with customer satisfaction through B2C sales in the company KFC Cusco in 2020, orienting itself with the theories of Duque (2005) and Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988), to present the variable quality of service and, those of Thompson (2006) and Morales and Hernández (2004) for the variable customer satisfaction. Applying a methodology of quantitative approach of type applied non-experimental design correlational level and cross-sectional study, with a population of 105 clients and a similar sample (census) who reported information through two questionnaires processed with the Likert scale and verified with the test of reliability and validated by experts. Obtaining the result: it was found the existence of a positive and high link between the variables quality of service with customer satisfaction through B2C sales in the company KFC Cusco in 2020, as evidenced by the Spearman Rho test with a correlation coefficient of 0.631 and a two-sided significance of $0.000 < 0.05$, which rejected the null hypothesis and accepted the alternative hypothesis. Concluding: The company must apply guidelines that allow procedures to achieve a better quality of service based on customer satisfaction. understanding that in the success of the process, the guarantee of continuous and sustainable improvement must be emphasized.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, empathy, reliability, security.