



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE PRODUCTOS DE
LABORATORIO FARMACÉUTICO SHERFARMA DE LA ZONA
DEL CONO ESTE LIMA, 2014

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN MARKETING

AUTORA

GARAY VILLALTA ANA MARINA

ASESOR

Dr. JHON MORILLO FLORES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

LIMA – PERÚ

2014

.....
PRESIDENTE DEL JURADO

.....
SECRETARIO DEL JURADO

.....
VOCAL DEL JURADO

Esta tesis se la dedico a Dios quien nunca me abandono y me guio por el buen camino, por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban enseñándome a enfrentar las adversidades sin desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy, sobretodo mis padres por darme todo lo que necesitaba y brindarme las herramientas para conseguir una carrera profesional, gracias a su apoyo, comprensión, amor y ayuda en todos los momentos difíciles me han permitido crecer con la convicción de perseguir mi logro profesional, estar en camino y continuar rumbo a mis sueños y metas, sé que aún no ha terminado porque este es el comienzo de mi crecimiento profesional, continuare en este maravilloso camino y poder brindar solo dichas y victoria a mi familia.

Agradezco a cada uno de los docentes, por impartir sus conocimientos, sus enseñanzas y experiencias en el transcurso de mi formación profesional, también a mis compañeras de la carrera Flor Vilas, Angeline Santiago por ser un apoyo incondicional en el desarrollo de esta tesis, a nuestro asesor Dr.Jhon Flores que gracias a su esfuerzo por lograr comprender cada uno de los objetivos de nuestro proyecto también ha logrado el empeño y empuje por la culminación del mismo a pesar de todas las vicisitudes del trabajo diario que se me presentaba, muy agradecida a cada uno de mis compañeros que con sus palabras de aliento inyectaron positivismo para lograr hoy mi mayor objetivo.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, **Garay Villalta Ana Marina** con DNI N° 42945939, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de **Ciencias Empresariales**, Escuela de **Marketing y Dirección de Empresas**, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre de 2014

Ana Marina Garay Villalta

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado Calificador:

Pongo a su disposición la tesis titulada “Satisfacción de los clientes de productos de laboratorio farmacéutico Sherfarma en la zona del cono este Lima, 2014”. En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos para optar el Título Profesional de Licenciada en Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad “Cesar Vallejo”.

En la investigación se han hallado resultados de satisfacción de los clientes tomando en cuenta los elementos de Psicología del consumidor, expectativa del cliente, confiabilidad en los clientes, validez en los clientes, lealtad en los clientes; en la empresa Laboratorio Farmacéutico Sherfarma, por lo tanto, se toman decisiones escogiendo la mejor opción de ese momento según se vaya presentando.

La capacitación, motivación e incentivos hacia el empleado juegan un rol de suma importancia que cumplirán con la satisfacción del cliente, ya que los empleados forman parte de los activos más importantes dentro de la organización.

La información se ha estructurado en cuatro capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el capítulo I, Se expone el planteamiento del problema incluyendo la formulación del problema, la justificación, las limitaciones, los antecedentes y los objetivos. En el Capítulo II se desarrolla el marco teórico sobre el tema a investigar: Satisfacción de los clientes y la definición de términos. En el Capítulo III, Contiene el marco metodológico, que comprende: hipótesis, variables, metodología, población y muestra, método de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos y método de análisis de datos. En el Capítulo IV, Corresponde a la interpretación de los resultados, como la descripción y la discusión, finalmente; se establecen las conclusiones y sugerencias, así como referencias bibliográficas y los anexos de la tesis .

Señores miembros del Jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

La autora.

INDICE

	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	xiii
Índice de Figuras	xiii
RESUMEN	ix
ABSTRAC	x
I. INTRODUCCION	11
1.1 Problema	18
1.2 Objetivos	20
II. MARCO METODOLOGICO	21
2.1 Variables	22
2.2 Operacionalización de variable	35
2.3 Metodología	36
2.4 Tipo de estudio	36
2.5 Diseño	36
2.6 Población, muestra y muestreo	36
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
2.8 Métodos de análisis de datos	39
III. RESULTADOS	40
IV. DISCUSION	45
V. CONCLUSION	48
VI. RECOMENDACIONES	50

Índice de tablas

TABLA 1: Variable Satisfacción del cliente	36
TABLA 2: Diseño de Estudio	38
TABLA 3: Distribución poblacional de los clientes	39
TABLA 4: Descripción de la variable satisfacción en los clientes	42
TABLA 5: Descripción de la dimensión confiabilidad en los clientes	43
TABLA 6: Descripción de la dimensión validez en los clientes	44
TABLA 7: Descripción de la dimensión lealtad en los clientes	45

Índice de figuras

FIGURA 1: Niveles de satisfacción en los clientes	42
FIGURA 2: Niveles de confiabilidad en los clientes	43
FIGURA 3: Niveles de validez en los clientes	44
FIGURA 4: Niveles de lealtad en los clientes	45

Anexos

ANEXO 1: Matriz de consistencia
ANEXO 2: Operacionalización de la variable
ANEXO 3: Prueba de Confiabilidad
ANEXO 4: Cuestionario el Servicio al cliente
ANEXO 5: Certificado de validez de instrumento de medición

RESUMEN

La presente tesis tiene como título Satisfacción de los clientes de productos de laboratorio farmacéutico Sherfarma en la zona del cono este Lima, 2014, cuyo objetivo fue determinar el nivel de satisfacción de los clientes de productos de Laboratorio Farmacéutico Sherfarma en la zona del Cono Este en el año 2014, mediante un cuestionario, el cual nos proporcionará la información respectiva, para luego ser procesada y de esta manera poder analizarla mediante el uso de gráficos de control estadístico. De esta manera podremos evaluar las condiciones de satisfacción de los clientes y si éstos están dentro o fuera de unos niveles estadísticamente aceptables.

La metodología utilizada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación básica que se ubica en el nivel descriptivo. El diseño de la investigación ha sido no experimental, de corte transversal, descriptivo. La muestra estuvo representada por 52 clientes del Laboratorio Farmacéutico Sherfarma de la zona del cono este en el año 2014. La técnica que se aplicó fue la encuesta y como instrumento fue un cuestionario.

Los resultados obtenidos mediante el análisis de los gráficos de control estadísticos, nos permitirán conocer en tiempo real, cuándo la empresa satisface a sus clientes; gracias a esto, se podrá mejorar los niveles de satisfacción de sus clientes en forma continua. Para los resultados de confiabilidad se utilizó el software SPSS.

Palabras clave: Satisfacción del cliente, psicología del consumidor, expectativas del cliente

ABSTRACT

This thesis is titled Client satisfaction products drugmaker Sherfarma in the area of the cone this Lima, 2014 , whose objective was to determine the level of customer satisfaction products Sherfarma Pharmaceutical Laboratory in the area of Cono Este 2014, using a questionnaire , which will provide us with the relevant information and then be processed and thus able to analyze by using statistical control charts . In this way we will evaluate the conditions of customer satisfaction and whether they are inside or outside of a statistically acceptable levels.

The methodology used for the elaboration of this thesis was related to quantitative approach. It is basic research that is at the descriptive level. The research design was not experimental, descriptive, transversal cut. The sample was represented by 52 customers Sherfarma Pharmaceutical Laboratory in the area of this cone in 2014. The technique was applied as the survey instrument was a questionnaire.

The results obtained by analyzing statistical monitoring charts allow us to know in real time when the company satisfies its customers; Thanks to this, you can improve levels of customer satisfaction continuously. SPSS software was used for the results of reliability.

Keywords: Customer satisfaction , consumer psychology, customer expectations