



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CRISOSTOMO VEGA KATHERIN THALIA

ASESOR:

MBA. HEDER QUISPE QUIÑONES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2018

PAGINA DEL JURADO

Presidente

Dr. Javier Navarro Tapia

Secretario

Mg. Edgard Cervantes Ramón

Vocal

MBA. Heder Quispe Quiñones

DEDICATORIA

A Dios por las bendiciones y sabiduría que me brinda, así mismo por guiar mis pasos.

A mi familia con todo el amor y cariño por el apoyo, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

Crisostomo Vega Katherin Thalia

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme la fuerza para enfrentar la vida y cumplir con mis sueños.

A los docentes por la guía para la elaboración de este trabajo de investigación.

A las personas que intervinieron con su apoyo emocional para culminar y aun seguir continuando el camino hacia mis sueños.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Crisostomo Vega, Katherin Thalia estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, identificada con DNI N^a 73789857, con la tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018” declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Ate, 13 Julio del 2018

PRESENTACIÒN

Señores miembros del jurado:

Se presenta la tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018”, en ella se detalla la realidad problemática, trabajos previos a nivel internacional como nacional, así mismo recopilado información para el marco teórico, posteriormente de acuerdo a ello se analizaron datos que se muestran en los resultados para alcanzar el objetivo de describir la relación entre calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio y satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018”, tiene como objetivo describir la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los clientes de una tienda de supermercados, Ate, 2018. Tomando a distintos autores que explican las definiciones, dimensiones, indicadores, modelos y medición correspondiente a cada variable.

Se realizó un estudio descriptivo correlacional y con diseño no experimental de corte transversal, debido a que no se modificaron ni manipularon variables de estudio solo estas fueron de uso para la medición en un tiempo determinado. Durante el proceso estadístico se tomó como muestra 200 clientes a quienes se le aplicó la encuesta, dicha técnica con un cuestionario que lleva 30 preguntas con una escala Likert y adaptado del modelo SERVQUAL.

Aplicada el instrumento, se llegó a la conclusión que existe relación positiva moderada entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, mediante la prueba de correlación Rho spearman 0,566 y un valor de significancia del 0,00, el marco teórico presentado aporta para desarrollo de los conocimientos de la calidad de servicio y satisfacción al cliente.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, capacidad de respuesta, modelo Servqual.

ABSTRACT

The present research work entitled "Quality of service and satisfaction in the customers of a supermarket store, Ate, 2018", aims to describe the relationship between the quality of service and customer satisfaction of a supermarket store, Ate, 2018. Taking different authors that explain the definitions, dimensions, indicators, models and measurement corresponding to each variable.

A correlational descriptive study was carried out with a non-experimental cross-sectional design, because no study variables were modified or manipulated, only these were used for the measurement in a determined time. During the statistical process, about 200 clients were taken to whom the survey was applied, this technique with a questionnaire that takes 30 questions with a Likert scale and adapted from the SERVQUAL model.

Applies the instrument, it was concluded that there is a positive relationship between the quality of service and customer satisfaction, using the Rho spearman correlation test 0,566 and a value of significance of 0.00, the theoretical framework presented contributes to the development of the knowledge of the quality of service and customer satisfaction.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, response capacity, Servqual model.

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1.Realidad Problemática.....	13
1.2.Trabajos previos	15
1.3.Teorías relacionadas al tema	21
1.4.Formulación del problema.....	30
1.5Justificación del estudio	30
1.6Hipótesis.....	31
1.7Objetivos	32
II. MÉTODO.....	33
2.1.Diseño de investigación.....	34
2.2.Variables, Operacionalización.....	34
2.3.Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	38
2.4.Métodos de análisis de datos	40
2.5.Aspectos éticos	41
III. RESULTADO	42

3.1. Análisis descriptivos de los resultados estadísticos	43
3.2. Tablas cruzadas	48
3.3. Prueba de hipótesis	55
3.4. Prueba de Hipótesis General	55
3.5. Prueba de Hipótesis específicas	58
IV. DISCUSIÓN	65
V. CONCLUSIONES	70
VI. RECOMENDACIONES	73
VII. REFERENCIAS	75
VIII. ANEXOS	78
ANEXO 1: Validación	80
ANEXO 2: Matriz de Consistencia	92
ANEXO 3: Matriz de Operacionalización de calidad de servicio	97
ANEXO 4: Matriz de Operacionalización de satisfacción al cliente	99
ANEXO 5: Cuestionario	100
ANEXO 6: Matriz de evidencias externas para la discusión	102
ANEXO 7: Tablas de contingencia por edades	103
ANEXO 8: Gráficos de tablas cruzadas	106
ANEXO 9: Similitud	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cuestionario	25
Tabla 2	Operacionalización	35
Tabla 3	Muestra	37
Tabla 4	Instrumento	38
Tabla 5	Resumen de procesamiento de los casos	39

Tabla 6	Estadísticos de fiabilidad	39
Tabla 7	Resumen de procesamiento de los casos	39
Tabla 8	Estadísticos de fiabilidad	40
Tabla 9	medidas descriptivas de las variables	43
Tabla 10	Variable 1 Calidad de servicio	44
Tabla 11	Variable 2 Satisfacción del cliente	44
Tabla 12	Dimensión 1 Elementos Intangibles	45
Tabla 13	Dimensión 2 Fiabilidad	46
Tabla 14	Dimensión 3 Capacidad de Respuesta	46
Tabla 15	Dimensión 4 Seguridad	47
Tabla 16	Dimensión 5 Empatía	48
Tabla 17	Tabla de cruzada Calidad de servicio y Satisfacción del cliente	49
Tabla 18	Tabla de cruzada Dimensión elementos tangibles y Satisfacción del cliente	50
Tabla 19	Tabla de cruzada Dimensión fiabilidad y Satisfacción del cliente	51
Tabla 20	Tabla de cruzada Dimensión capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente	52
Tabla 21	Tabla de cruzada Dimensión seguridad y Satisfacción del cliente	53
Tabla 22	Tabla de cruzada Dimensión empatía y Satisfacción del cliente	54
Tabla 23	Prueba de normalidad	55
Tabla 24	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis calidad de servicio y satisfacción al cliente	56
Tabla 25	Referencia de correlación	57
Tabla 26	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis elementos tangibles y satisfacción al cliente	58
Tabla 27	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis fiabilidad y satisfacción al cliente	60
Tabla 28	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis capacidad de respuesta y satisfacción al cliente	61
Tabla 29	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis seguridad y satisfacción al cliente	63
Tabla 30	Resultado de la prueba de correlación de hipótesis empatía y satisfacción al cliente	64