



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la empresa Minilabs

Servicios Digitales EIRL Lima 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Javier Enrique Palacios García

ASESOR:

Dr. Darién Barramedo Rodríguez Galán

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

Lima - Perú

2018

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado



Prof. Candía Menor Marco
Presidente



Prof. Huamani Cajaleon Diana
Secretaria



Prof. Rodríguez Galán Darién
Vocal

Dedicatoria

A Dios por sobre todas las cosas y a mis
padres Javier Palacios y Marlene García.

Agradecimiento

A Dios por bendecirme con estudios en los cuales puedo glorificarlo como hijo suyo que soy y a mis padres que con tanto esfuerzo hicieron esto posible.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Javier Enrique Palacios García, identificado con DNI.73116288, en cumplimiento a las disposiciones vigentes del reglamento de Grados y títulos de la universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaña a la presente investigación es veraz y autentica.

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

En este sentido asumo la responsabilidad que corresponda en mi calidad de autor de la presente investigación ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad César Vallejo.



FIRMA

Javier Enrique Palacios García

Lima, 11 de julio de 2018

Presentación

Señores miembros del jurado.

En cumplimiento a las normas del reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Universidad César Vallejo se pone a su consideración la investigación titulada “*Calidad de servicio y satisfacción al cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales EIRL Lima 2018*”, donde la estructura está compuesta por los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. La finalidad de la investigación fue definir si existe relación entre la calidad de servicio con relación a la satisfacción al cliente de la empresa Minilabs Servicios Digitales EIRL, la misma que hoy presento ante ustedes, esperando cumpla con los requisitos para optar el título profesional de licenciado en administración.

Atte. Javier Enrique Palacios García

Índice

| | |
|--|------|
| PÁGINAS PRELIMINARES | ii |
| Página del jurado..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento | v |
| Declaratoria de Autenticidad..... | vi |
| Presentación | vii |
| Índice..... | viii |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT | xii |
| I. INTRODUCCIÓN | 13 |
| 1.1. Realidad problemática..... | 14 |
| 1.2. Trabajos previos | 16 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema | 20 |
| 1.3.1. Variable calidad de servicio..... | 21 |
| 1.3.2. Variable satisfacción al cliente..... | 25 |
| 1.4. Formulación del problema | 29 |
| 1.5. Justificación del estudio | 30 |
| 1.6. Hipótesis..... | 31 |
| 1.7. Objetivos | 32 |
| II. MÉTODO..... | 34 |
| 2.1. Diseño de la investigación..... | 35 |
| 2.2. Variables, operacionalización | 36 |
| 2.3. Población y Muestra..... | 39 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 40 |
| 2.5 | Método de Análisis de Datos | 46 |
| 2.6 | Aspectos éticos | 47 |
| III. | RESULTADOS..... | 48 |
| 3.1 | Descripción de resultados..... | 49 |
| 3.1.1 | Tabla cruzadas de variables | 49 |
| 3.2 | Contrastación de Hipótesis General..... | 57 |
| 3.3 | Contrastación de Hipótesis específicas..... | 58 |
| IV. | Discusión..... | 65 |
| V. | Conclusiones | 70 |
| VI. | Recomendaciones..... | 72 |
| VII. | Referencias | 74 |
| VIII. | Anexos..... | 78 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Operacionalización de la variable calidad de servicio | 36 |
| Tabla 2: Operacionalización de la variable satisfacción al cliente..... | 38 |
| Tabla 3: Validación por juicio de expertos primera variable: Calidad de servicio. | 41 |
| Tabla 4: Validación por juicio de expertos primera variable: Satisfacción al cliente. | 43 |
| Tabla 5: Distribución de frecuencia para calidad de servicio y satisfacción al cliente | 49 |
| Tabla 6: Distribución de frecuencia para respuesta y satisfacción al cliente | 50 |
| Tabla 7: Distribución de frecuencia para atención y satisfacción al cliente..... | 51 |
| Tabla 8: Distribución de frecuencia de comunicación y satisfacción al cliente | 52 |
| Tabla 9: Distribución de frecuencia de accesibilidad y satisfacción al cliente..... | 53 |
| Tabla 10: Distribución de frecuencia de amabilidad y satisfacción al cliente..... | 54 |
| Tabla 11: Distribución de frecuencia de credibilidad y satisfacción al cliente | 55 |
| Tabla 12: Distribución de frecuencia de comprensión y satisfacción al cliente..... | 56 |
| Tabla 13: Correlaciones calidad de servicio – satisfacción al cliente | 57 |
| Tabla 14: Correlaciones respuesta - satisfacción al cliente | 58 |
| Tabla 15: Correlaciones atención - satisfacción al cliente | 59 |
| Tabla 16: Correlaciones comunicación - satisfacción al cliente..... | 60 |
| Tabla 17: Correlaciones accesibilidad - satisfacción al cliente | 61 |
| Tabla 18: Correlaciones amabilidad - satisfacción al cliente..... | 62 |
| Tabla 19: Correlaciones credibilidad - satisfacción al cliente..... | 63 |
| Tabla 20: Correlaciones comprensión - satisfacción al cliente | 64 |

Resumen

La presente investigación está evocada al estudio de calidad de servicio y satisfacción al cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales EIRL Lima 2018, en ese sentido, se ha analizado cada una de las presentes variables mencionadas con sus respectivas dimensiones. De este modo se fijó como objetivo general: Describir la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en la empresa Minilabs Servicios Digitales EIRL Lima 2018.

Esta tesis es de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal. Se sustenta bajo el fundamento teórico de Tigani (2006) sobre calidad de servicio y el fundamento teórico de Ahoy (2010) sobre la satisfacción al cliente. La población del presente estudio estuvo integrada por 50 clientes de Minilabs Servicios Digitales EIRL, empresa dedicada al servicio de elaboración de anuarios, photobooks, impresiones, ampliaciones de fotografías en papel fotográfico, además de brindar mantenimiento a mini laboratorios. La recolección de datos se obtuvo a través de 2 cuestionarios, así mismo la validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de cinco expertos de la universidad César Vallejo, resultando en con un nivel confiabilidad de coeficiente Alfa de Cronbach de 0.933 para el cuestionario calidad de servicio y de un 0.967 para el de satisfacción al cliente. La encuesta cuenta con 61 preguntas que fueron recolectados y procesados en un determinado momento y lugar. Finalmente se hizo la prueba de hipótesis, dando como resultado que existe una relación significativa entre ambas variables de estudio, con un nivel de significancia de 0,000 (bilateral) y un grado de correlación positiva moderada Rho de Spearman de 0,571.

Palabras claves: Calidad de servicio, satisfacción al cliente y correlación.

Abstract

The present investigation is evoked to the study of quality of service and satisfaction to the customer in the company MINILAB digital services EIRL. Lima 2018. In this sense, we had analyzed each of the present variables mentioned with their respective dimensions. In this way, it was set as a general objective: to describe the relationship that exists between the quality of service and customer satisfaction in the company MINILAB digital services EIRL. Lima 2018.

The methodology used to elaborate this thesis was quantitative. The research model of applied type and descriptive-correlational level, non-experimental design and cross-section was followed. It is based on the theoretical foundation of Tigani (2006) on quality of service and theoretical foundation of Ahoy (2010) on customer satisfaction. The population of the following study was composed of 50 customers of MINILAB, a company dedicated to the service of preparing advertisements, photobooks, prints, enlarging photographs on photographic paper, and providing maintenance to mini laboratories. Data collection was obtained through 2 questionnaires. Likewise, the validity of the instrument was obtained through the judgment of 5 experts from the César Vallejo University, resulting in a reliability level of CRONBACH's Alpha coefficient of 0.933 for the quality of service questionnaire and a 0.967 for customer satisfaction. The survey had 61 questions that were collected and processed at a certain time and place. Finally, the hypothesis test was carried out, showing that there is a significant relationship between both study variables, with a significant level of 0.000 (bilateral) and a moderate positive Rho correlation of Spearman of 0.571.

Keywords: Quality of service, Customer satisfaction and correlation.