



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad del servicio y satisfacción de los clientes de la
Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

AUTOR:

Br. PEDRO RODY CATARI CONDORI

ASESOR:

Dr. WALTER O. VELASQUEZ REJAS

SECCIÓN:

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DIRECCION

PERÚ – 2018

DEDICATORIA

En agradecimiento a Dios por su infinito amor y protección, a mis padres Félix Catari y María Condori, por su amor infinito que me dan las fuerzas para seguir adelante y haberme permitido lograr un objetivo, más en mi vida.

A mi familia, a mí amada esposa y a mis hijas Fernanda y Kate por su apoyo y comprensión incondicional.

Pedro Rody

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a nuestro creador Dios que nos permite servir a nuestro prójimo a través de nuestros conocimientos científicos y poder transmitirla a los demás.

Al personal directivo, jerárquico, docente y administrativo de la Escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo.

Al Coordinador y personal administrativo de la sede Moquegua de la Universidad Cesar Vallejo.

Al Sr Serapio Villegas Juárez Titular de la empresa “EL Baúl E.I.R.L.” por las facilidades brindadas en la planificación y ejecución de este trabajo de investigación

A nuestro asesor, Dr. Walter Velásquez Rejas, quien nos brindó sus conocimientos y asesoramiento en el desarrollo de la tesis

El autor.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

El maestrante, presenta a vuestra consideración la presente investigación titulada: Calidad del servicio y satisfacción de clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018, la misma que se desarrolló con la finalidad de determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018 y con el cual pretendemos optar el Grado de Magister en Administración de Negocios.

Se hace de su conocimiento que se ha cumplido con las normas y procedimientos legales que estipula la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo para el desarrollo de la investigación.

El documento consta de siete partes, distribuidos de la siguiente manera:

Parte I, sobre la introducción, ahí se formula los antecedentes, marco teórico, el planteamiento del problema, los objetivos y la respectiva justificación.

Parte II del marco metodológico, que trata sobre las variables, el tipo, la metodología, la población y muestra y los métodos de investigación.

Parte III donde se describen los resultados, se interpreta y analiza y se realizan las pruebas de hipótesis.

Parte IV de la discusión, el Parte V de las conclusiones, el Parte VI de las recomendaciones y Parte VII de las referencias bibliográficas.

En espera de su aprobación.

El autor.

CONTENIDO

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA	v
PRESENTACIÓN.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	5
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	11
1.3.1 Calidad del servicio	11
1.3.2 Satisfacción de los clientes	18
1.4 Formulación del problema	24
1.4.1 Problema General.....	24
1.4.2 Problemas Específicos.....	24
1.5 Justificación del estudio	25
1.6 Hipótesis.....	27
1.6.1 Hipótesis general	27
1.6.2 Hipótesis específicas	27
1.7 Objetivos	27
1.7.1 Objetivo General.....	27
1.7.2 Objetivos Específicos	28
II. METODO	29
2.1 Diseño de investigación.....	29
2.2 Variables, Operacionalización	30
2.3 Población y muestra.....	33
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	33
2.5 Métodos de análisis de datos.....	36

2.6	Aspectos éticos.....	37
III.	RESULTADOS.....	38
3.1	Descripción de los resultados.....	38
3.2	Resultados obtenidos para las dimensiones de la variable calidad del servicio:.....	38
3.3	Resultados obtenidos para la variable calidad del servicio:	45
3.4	Resultados obtenidos de las dimensiones de la variable Satisfacción de los clientes.....	46
3.5	Resultados obtenidos de la variable Satisfacción de los clientes	51
3.6	Prueba de hipótesis.....	52
3.6.1	Prueba de Hipótesis general	54
3.6.2	Prueba de hipótesis específicas	56
IV.	DISCUSIÓN	59
V.	CONCLUSIONES.....	64
VI.	RECOMENDACIONES.....	66
VII.	REFERENCIAS	67
	ANEXOS	69
	ANEXO 01: INSTRUMENTOS.....	70
	CUESTIONARIO DE CALIDAD DEL SERVICIO.....	70
	CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.....	72
	ANEXO 02: MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO.....	75
	ANEXO 03: MATRIZ DE CONSISTENCIA DE LA INVESTIGACION.....	84
	ANEXO 04: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	86
	ANEXO 05: MATRIZ DEL INSTRUMENTO DE RECOJO DE DATOS.....	88
	ANEXO 06: AUTORIZACION PARA LA REALIZACION DE LA INVESTIGACION	92
	ANEXO 07: FOTOGRAFIAS DE LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS.....	93
	ANEXO 08: ARTICULO CIENTIFICO.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Rangos para interpretación del coeficiente Alpha de Cronbach	35
Tabla 2: Confiabilidad del cuestionario de calidad de servicio.....	35
Tabla 3: Confiabilidad del cuestionario de satisfacción de los clientes.....	35
Tabla 4: Baremos para el análisis de la variable calidad de servicio	36
Tabla 5: Baremos para el análisis de la variable Satisfacción de los clientes.....	37
Tabla 6: Clientes según su percepción de los elementos tangibles.....	38
Tabla 7: Clientes según su percepción de la fiabilidad	40
Tabla 8: Clientes según su percepción de la capacidad de respuesta	41
Tabla 9: Clientes según su percepción de la seguridad	42
Tabla 10: Clientes según su percepción de la empatía	43
Tabla 11: Clientes según su percepción de la calidad de servicio.....	45
Tabla 12: Clientes según su percepción del rendimiento percibido	46
Tabla 13: Clientes según su percepción de la calidad técnica.....	47
Tabla 14: Clientes según su percepción de confianza.....	49
Tabla 15: Clientes según su percepción de expectativas cumplidas	50
Tabla 16: Clientes según su percepción de satisfacción	51
Tabla 17: Prueba de normalidad.....	53
Tabla 18: Rangos de correlación	54
Tabla 19: Correlaciones entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los clientes.....	55
Tabla 20: Correlaciones entre las dimensiones de la variable calidad de servicio y la variable satisfacción de los clientes.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Clientes según su percepción de los elementos tangibles	39
Figura 2: Clientes según su percepción de la fiabilidad	40
Figura 3: Clientes según su percepción de la capacidad de respuesta.....	42
Figura 4: Clientes según su percepción de la seguridad	43
Figura 5: Clientes según su percepción de la empatía.....	44
Figura 6: Clientes según su percepción de la calidad de servicio	45
Figura 7: Clientes según su percepción del rendimiento percibido	47
Figura 8: Clientes según su percepción de calidad técnica.....	48
Figura 9: Clientes según su percepción de la confianza	49
Figura 10: Clientes según su percepción de expectativas cumplidas	51
Figura 11: Clientes según su percepción de satisfacción.....	52

RESUMEN

La presente investigación responde a la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018? El objetivo principal fue: Determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018. La hipótesis general formulada fue: La calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018.

La investigación es básica, diseño no experimental, tipo descriptivo correlacional de enfoque cuantitativo. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumentos los cuestionarios, uno para cada variable, y se aplicó a una muestra de 86 clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua.

Finalmente, se concluye con un nivel de significancia del 5%, que existe una relación altamente significativa entre la satisfacción de los clientes de la Empresa El Baúl, Torata, Moquegua, 2018. Según el estadístico Rho de Spearman se obtuvo un valor de 0,896, el cual indica la existencia de una correlación positiva alta y un $p=0,000$ menor a 0,01 en relación a nuestra primera afirmación.

Palabras clave:

Calidad servicio, satisfacción clientes, tangibles, fiabilidad, seguridad.

ABSTRACT

The present investigation responds to the following question: What is the relationship between the quality of the service and the satisfaction of the customers of El Baúl, Torata, Moquegua, 2018? The main objective was: Determine the relationship between the quality of service and customer satisfaction of the Company El Baúl, Torata, Moquegua, 2018. The general hypothesis was: The quality of service is significantly related to the satisfaction of the clients of the Company El Baúl, Torata, Moquegua, 2018.

The research is basic, non-experimental design, descriptive correlational type of quantitative approach. The survey was used as a technique and the questionnaires as instruments, one for each variable, and it was applied to a sample of 86 clients of the Company El Baúl, Torata, Moquegua.

Finally, it concludes with a level of significance of 5%, that there is a highly significant relationship between the satisfaction of the customers of the Company El Baúl, Torata, Moquegua, 2018. According to the Rho statistic of Spearman a value of 0,896 was obtained, which indicates the existence of a high positive correlation and $p = 0.000$ less than 0.01 in relation to our first assertion.

Keywords:

Quality service, customer satisfaction, tangible, reliability, safety