



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

Percepción de la calidad de servicio alimenticio que brinda el
concesionario Panaservice en el campamento minero Nuevo
Horizonte - Retamas, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en administración

ASESORA:

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

AUTOR:

Cojal Castro, Luis Angel

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2018

Jurado evaluador



Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia
Presidenta



Mg. Ugarriza Gross, Gustavo
Secretario



Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jacqueline
Vocal

Dedicatoria

Esta investigación la dedico:

A mis padres, hermanos y demás familiares,
por apoyarme en los momentos difíciles y
enseñándome a seguir a delante hasta obtener
mis metas.

A mis profesores, quienes supieron
inculcarme valores, principios y las
enseñanzas necesarias para poder
realizar esta investigación

A mis jefes quienes supieron aconsejarme,
para tomar buenas decisiones en el
desempeño de mi trabajo

Agradecimiento

Agradezco principalmente a mis padres quienes siempre estuvieron brindándome su apoyo en los momentos difíciles, quienes siempre estuvieron corrigiendo mis errores.

A mis familiares que tuvieron la paciencia para soportarme en esta etapa de mi vida y ayudándome en todo momento

Y agradezco a mis abuelitos que siempre estuvieron conmigo desde el cielo iluminando mi camino

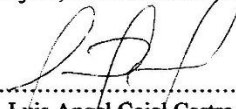
Declaratoria de Autenticidad

Yo, Luis Angel Cojal Castro, con DNI N° 43174327, estudiante de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que el trabajo académico titulado: Percepción de la calidad de servicio alimenticio que brinda el concesionario Panaservice en el campamento minero Nuevo Horizonte - Retamas 2018, presentada, para la obtención del grado académico de Licenciada en Administración de negocios, es de mi autoría. Por tanto, expongo lo siguiente:

- ❖ He citado todas las fuentes colocadas en el presente trabajo de investigación, identificando cabalmente toda cita textual o de paráfrasis derivada de otras fuentes, de acuerdo con lo determinado por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- ❖ No he manipulado ninguna otra fuente diferente de aquellas señaladas en este trabajo.
- ❖ Este trabajo de investigación no ha sido anticipadamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- ❖ Soy consciente de que mi trabajo puede ser examinado electrónicamente en averiguación de plagios.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Trujillo, diciembre del 2018.



.....
Luis Angel Cojal Castro
DNI N° 43174327

Presentación

Señores Miembros del jurado:

“Con el cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: Percepción de la calidad de servicio alimenticio que brinda el concesionario Panaservice en el campamento minero Nuevo Horizonte - Retamas, 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración”.

El Autor

Resumen

La presente investigación titulada: “Percepción de la calidad de servicio alimenticio que brinda el concesionario Panaservice en el campamento minero Nuevo Horizonte - Retamas, 2018”, tiene como objetivo general determinar el nivel de percepción de los clientes, hacia la calidad de servicio alimenticio que brinda el concesionario Panaservice en el campamento minero Nuevo Horizonte – Retamas, se hizo una investigación tipo descriptiva con un diseño no experimental, debido a que se recolectó datos de un solo momento dado. Para analizar la calidad de servicio se realizó una encuesta modelo SERVQUAL y el instrumento de medición fue el cuestionario el cual tuvo 20 preguntas distribuidas en cinco dimensiones, teniendo en cuenta una muestra de 179 clientes escogidos al azar. Se concluyó que los resultados obtenidos a través de la encuesta un buen nivel de aceptación por parte de cliente (71.96%), pero sin dejar de lado el nivel bajo (20.22%), el cual no debemos descuidar, siempre se debe trabajar para fidelizar al cliente descontento

Palabras clave: calidad, percepción, servicio, cliente

Abstract

The present investigation entitled: "Perception of the quality of food service provided by the Panaservice dealer in the Nuevo Horizonte mining camp - Retamas, 2018", has as its general objective to determine the level of perception of customers, towards the quality of food service that The Panaservice concessionaire in the Nuevo Horizonte - Retamas mining camp was offered a descriptive investigation with a non-experimental design, due to the fact that data was collected from a single given moment. To analyze the quality of service, a SERVQUAL model survey was carried out and the measuring instrument was the questionnaire, which had 20 questions distributed in five dimensions, taking into account a sample of 179 randomly selected clients. It was concluded that the results obtained through the survey a good level of acceptance by the client (71.96%), but without neglecting the low level (20.22%), which should not be neglected, you should always work to build loyalty to the dissatisfied customer

Keywords: *quality, perception, service, customer*

Índice

JURADO EVALUADOR.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Presentación.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice.....	ix
I. Introducción	2
1.1 Realidad problemática	2
I.1. Trabajos previos	3
I.2. Teorías relacionadas al tema:	5
1.3.1 Percepción del cliente.	5
1.3.1.1 Definición.	5
1.3.2.1 Clarificando conceptos clave.....	5
2.3.2.1.1 <i>Los problemas</i>	5
2.3.2.1.2 <i>La satisfacción</i>	6
2.3.2.1.3 <i>La lealtad</i>	6
2.3.2.1.4 <i>El placer</i>	6
2.3.2.1.5 <i>El boca a boca (WOM)</i>	6
2.3.3.1 Metodología SERVQUAL.....	7
2.3.3.1.1 <i>Las dimensiones de los servicios</i>	8
2.3.3.1.2 <i>La encuesta</i>	8
I.3. Formulación del problema	9
1.4. Justificación del estudio.....	9
1.5 Hipótesis:.....	10
1.6 Objetivos:	10
II. Método	11
2.1 Diseño de investigación.....	11

2.2	Variables, Operacionalización	11
2.4.	Población, muestra y muestreo	13
2.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	14
2.6.	Validez y confiabilidad.....	14
2.7.	Métodos de análisis de datos	15
2.8	Aspectos éticos:.....	16
III.	Resultados	17
3.1.	Generalidades:.....	17
3.2.	Información general de los clientes encuestados:.....	17
V.	DISCUSIÓN	33
VI.	CONCLUSIÓN.....	36
VII.	RECOMENDACIONES.....	38
VIII.	PROPUESTA.....	40
IX.	REFERENCIAS	44
	ANEXOS	46
	ANEXO 02.....	49
	ANEXO 03: Base de datos y cálculos de V-Aiken.....	73
	ANEXO 04: Calculo de confiabilidad del instrumento	75
	ANEXO 05.....	76
	ANEXO 6: Fotos de evidencia	77
	ANEXO 7: Base de datos.....	78