



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“EVALUACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE
VENTA DE RECARGAS VIRTUALES DE TELEFÓNICA MÓVILES S.A –
DISTRITO DE PIURA”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

AUTOR

KIARA CAROLINA MALPARTIDA RODRÍGUEZ

ASESOR

DRA. NÉLIDA RODRÍGUEZ DE PEÑA

LINEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN

PIURA – PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

Sres. Jurado

DRA. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA

Presidente



MG. MILENA NOBLECILLA SAAVEDRA

Secretario



DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

Vocal

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a Dios por darme fuerzas, a la virgen María por guiarme, a mis padres y demás familiares, a todas aquellas personas que confiaron y apostaron en mí durante toda mi carrera universitaria y en mi vida diaria, que me brindaron su fortaleza para continuar y seguir adelante.

Agradecimiento

Agradezco a mis padres por apostar todo en mí, a mi hermana por darme los mejores consejos cuando los necesitaba dándome un equilibrio, a mis tíos por brindarme su apoyo constante e incondicional en todo momento y por inculcarme sus valores, por su ejemplo y sus buenas costumbres y por dejarme en claro que todo sacrificio es necesario para alcanzar una meta y que esto no es el fin si no el comienzo de un gran camino.

Así mismo a la Dr. Nélida Rodríguez de Peña y al Mg. Groover Villanueva Butrón, por su orientación y enseñanza para la realización de esta investigación, y a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo, a los clientes de ventas de recargas virtuales en todo el distrito de Piura cuyo trabajo fue mi inspiración para realizar este estudio.

Declaratoria de autenticidad

Yo Kiara Carolina Malpartida Rodríguez, con DNI N° 47814214 , 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 Profesional De Administración, 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 u 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.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes de ventas recargas virtuales de Telefónica Móviles S.A. – Distrito de Piura”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La Autora.

ÍNDICE

	Página
Carátula	
PAGINA DEL JURADO	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaratoria de autenticidad	5
Presentación	6
Índice	7
Resumen	9
Abstract	10
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO METODOLÓGICO	37
2.1. Variables	37
2.2. Operacionalización de variables	37
2.3. Metodología	37
2.4. Tipo de estudio	37
2.5. Diseño	38
2.6. Población, muestra y muestreo	39
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.8. Métodos de análisis de datos	40
III. Resultados	41
IV. Discusión	49
V. Conclusiones	57
VI. Recomendaciones	59
VII. Referencias Bibliográficas	60
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
TABLA N° 1: Operacionalización de Variables	38
TABLA N° 2: Satisfacción con los incentivos que brinda movistar.	41
TABLA N° 3: Efectividad en la entrega de los incentivos.	42
TABLA N° 4: Percepción de los clientes por los aspectos de la calidad del servicio.	43
TABLA N° 5: Compromiso de la empresa para solucionar los problemas de los clientes.	44
TABLA N° 6: Rapidez y precisión de la información brindada por la empresa.	45
TABLA N° 7: Utilidad de la información brindada por la empresa a sus clientes.	46
TABLA N° 8: Nivel de satisfacción de los clientes por los servicios brindados por la empresa Telefónica Móviles S. A.	47

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1: Grado de aceptación de los incentivos que me brinda Movistar.	67
FIGURA N° 2: Efectividad en la entrega de incentivos.	67
FIGURA N° 3: Deficiencias del servicio de ventas de recargas virtuales de Telefónica Móviles.	68
FIGURA N° 4: Grado de compromiso en la solución de problemas.	69
FIGURA N° 5: Información rápida y precisa.	69
FIGURA N° 6: Grado de utilidad de la información brindada por Telefónica Móviles.	70
FIGURA N° 7: Nivel de satisfacción del servicio que brinda Movistar.	70
FIGURA N° 8: Logo de la empresa.	71

RESUMEN

La presente investigación evalúa el nivel de satisfacción de los clientes de ventas de recargas virtuales de Telefónica Móviles en el distrito de Piura, el cual va a favorecer a la compañía para detectar sus deficiencias y cuales son aquellos factores que influyen en el servicio que es percibido por los clientes generado satisfacción o insatisfacción, y partir de ello buscar soluciones prontas y de esta manera no le tome por sorpresa a la compañía si el margen de utilidades disminuye más aun con el aumento de la competencia en el sector de telecomunicaciones en nuestro país proyectándose una mayor crecimiento en los siguientes años; siendo la población de 300 clientes en el distrito de Piura y la muestra de 169. Para ello se aplicó un instrumento, el cuestionario que fue medido a través de la escala de Likert para poder hallar el grado de satisfacción en el que los clientes se encuentran, utilizando una metodología observacional de tipo aplicativo, y descriptivo porque detalló las características de un grupo de personas de una realidad determinada. El estudio concluyo que los clientes se encuentran medianamente satisfechos con el servicio que les brinda Telefónica, se determinaron numerosas deficiencias en cuanto al servicio y que no existe un compromiso por parte de la compañía en solucionar los problemas de manera rápida, sin embargo los clientes se encuentran muy entusiasmados con los programas de incentivos que lleva trabajando con la compañía lo cual les genero un grado de satisfacción media.

Palabras clave: Nivel, satisfacción, clientes, venta, recargas virtuales, Telefónica Móviles S.A.

ABSTRACT

The present investigation evaluates the level of satisfaction of the clients of sales of you recharge virtual of Telefonica Mobile in Piura's district, which is going to favor to the company to detect his deficiencies and which they are those factors that influence the service that is perceived by the clients generated satisfaction or dissatisfaction, and to depart from it to look for prompt solutions and hereby do not take him as a surprise to the company if the margin of usefulness diminishes more even with the increase of the competition in the sector of telecommunications in our country one being projected major growth in the following years; being the population of 300 clients in Piura's district and the sample of 162. For it there was applied an instrument, the questionnaire that was measured across Likert's scale to be able to find the degree of satisfaction in which the clients are, using a methodology observational of applicative, and descriptive type because it detailed the characteristics of a group of persons of a certain reality. The study I conclude that the clients are moderately well satisfied by the service that it offers to them Telefonica, numerous deficiencies decided as for the service and that does not exist a commitment on the part of the company in solving the problems of a rapid way, nevertheless the clients are very been delighted by the programs of incentives that it takes working with the company which I they generate a degree of average satisfaction.

Key words: Level, satisfaction, clients, sale, recharge virtual, Telefonica Mobiles S.A