

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE  
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TIENDAS POR DEPARTAMENTO  
RIPLEY S. A EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE- 2012.”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

Rusby Nayc Vásquez Miranda

**ASESORAS:**

Mg. Olenka Espinoza Rodríguez

Ing. Gracia Isabel Galarreta Oliveros

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Desarrollo Empresarial

**NUEVO CHIMBOTE- PERÚ**

**2012**

## DEDICATORIA

*A DIOS por darme la vida,  
sabiduría, conocimiento e  
inteligencia para alcanzar mi  
gran sueño.*

*A mis padres que han hecho  
de mí lo que soy ahora y que  
gracias a su apoyo hoy podré  
cumplir uno de mis sueños.*

**RUSBBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA**

## AGRADECIMIENTO

*A DIOS por darme la vida, y a mis padres, quienes han sido un apoyo moral y económico para lograr este fin.*

*A todos los maestros que me enseñaron por haber impartido sus conocimientos para ser una gran profesional, y sobre todo a mi asesora de Tesis, Mg. Olenka Espinoza Rodríguez, que es una de las personas que admiro por su inteligencia y conocimiento.*

**RUSBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA**

# PRESENTACIÓN

## SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: **“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S. A EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE- 2012.”**, con el objeto de optar el grado de: **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

La investigación que se ha desarrollado, representa un aporte que espero contribuya a mejorar la calidad de servicio manejo para lograr satisfacer a los clientes de la empresa RIPLEY.

Expreso mi profundo agradecimiento a todos nuestros maestros que contribuyeron con su abnegada labor en el proceso de aprendizaje de la carrera universitaria, en especial a mi asesora por brindarme su incondicional apoyo.

**RUSBBY NAYC VÁSQUEZ MIRANDA**

# ÍNDICE

|                     |       |
|---------------------|-------|
| Dedicatoria.....    | II    |
| Agradecimiento..... | III   |
| Presentación.....   | IV    |
| Índice.....         | V     |
| Resumen.....        | V III |
| Abstract.....       | X     |

## PARTE I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

|   |              |
|---|--------------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>                   | <b>12-13</b> |
| <b>1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b> | <b>14</b>    |
| 1.1.1. Realidad problemática .....            | 14-22        |
| 1.1.2. Formulación del Problema.....          | 22           |
| 1.1.3. Justificación.....                     | 22-24        |
| 1.1.4. Antecedentes.....                      | 24-29        |
| 1.1.5. Objetivos.....                         | 30           |
| <b>1.2. MARCO REFERENCIAL .....</b>           | <b>30-75</b> |
| <b>1.2.1. Marco Teórico.....</b>              | <b>30-93</b> |
| <b>1.2.1.1. Calidad de servicio.....</b>      | <b>30</b>    |
| 1.2.1.1.1. Definición de Calidad.....         | 30-31        |
| 1.2.1.1.2. Calidad interna y Externa.....     | 32-33        |
| 1.2.1.1.3. Ecuación de la Calidad.....        | 33-35        |

|   |              |
|---|--------------|
| 1.2.1.1.4. Dimensiones de la Calidad de Servicio.....       | 36-41        |
| 1.2.1.1.5. Servicio.....                                    | 41 -43       |
| 1.2.1.1.6. Cliente.....                                     | 43-45        |
| 1.2.1.1.7. Servicio al Cliente.....                         | 46-49        |
| 1.2.1.1.8. Calidad de servicio.....                         | 49-51        |
| 1.2.1.1.9. Modelo de Brechas de la calidad de servicio..... | 52-60        |
| 1.2.1.1.10. Expectativas del servicio.....                  | 60-66        |
| 1.2.1.1.11. Percepción.....                                 | 67-68        |
| 1.2.1.1.12. Modelo de calidad de servicio.....              | 69-70        |
| 1.2.1.1.12. Escala de medida de la calidad de servicio..... | 71-74        |
| <b>1.2.1.2. SATISFACCIÓN DE L CLIENTE.....</b>              | <b>74-75</b> |
| 1.2.1.2.1. Tipo de necesidades.....                         | 75-79        |
| 1.2.1.2.2. Elementos que conforman la satisfacción.....     | 79-84        |
| 1.2.1.2.3. Factores que determinan la satisfacción.....     | 85           |
| 1.2.1.2.4. Estados de satisfacción.....                     | 85-86        |
| 1.2.1.2.5. Medición de la satisfacción.....                 | 86-89        |
| 1.2.1.2.6. formas de lograr la satisfacción.....            | 89-90        |
| 1.2.1.2.7. Beneficios de lograr la satisfacción .....       | 91           |
| <b>1.2.2. Marco Conceptual.....</b>                         | <b>92-93</b> |

## PARTE II

|                                   |               |
|-----------------------------------|---------------|
| <b>2. MARCO METODOLÓGICO.....</b> | <b>94-103</b> |
| 2.1. Hipótesis.....               | 94            |
| 2.2. Variables.....               | 94            |

|  |         |
|--|---------|
| 2.2.1. Definición conceptual.....                        | 95      |
| 2.2.2. Definición operacional.....                       | 95      |
| 2.3. METODOLOGÍA.....                                    | 96      |
| 2.3.1. Tipo de estudio.....                              | 96      |
| 2.3.1. Diseño de la investigación.....                   | 96      |
| 2.4. Población y muestra.....                            | 97-100  |
| 2.5. Método de investigación.....                        | 101     |
| 2.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos..... | 101-102 |
| 2.7. Método de análisis de datos.....                    | 102     |

**PARTE III**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

|                    |         |
|--------------------|---------|
| 3. Resultados..... | 102-143 |
|--------------------|---------|

**PARTE IV**  
**CONCLUSIONES Y RESULTADOS**

|                                    |          |
|------------------------------------|----------|
| 4. Contrastación de hipótesis..... | 144-147  |
| 5. Discusiones.....                | 148-159  |
| 6. Conclusiones.....               | 160-162  |
| 7. Sugerencias.....                | 164-165  |
| 8. Referencias Bibliográficas..... | 166-168  |
| 9. Anexos.....                     | 169 -192 |

## RESUMEN

La investigación de la tesis titulada: "INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S. A EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE-2012", tiene como fin analizar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa Ripley, para ver si la empresa viene brindando una calidad de servicio a sus clientes y si estos se sienten satisfechos.

A su vez el problema que se ha investigado es ¿Cuál es la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa Tiendas Por Departamento Ripley S.A en la ciudad de Chimbote- 2012?

Con el desarrollo de la investigación se persigue o tiene como objetivo analizar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes, Identificar las principales percepciones y expectativas de satisfacción de los clientes de la empresa, determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa, explicar el efecto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa y proponer lineamientos técnicos para elevar la calidad de servicio a los estándares establecidos por empresa. Para la cual se ha requerido del sustento teórico que ha permitido ver que nos dicen diferentes autores en lo concerniente a la calidad de servicio y la satisfacción del cliente que a la vez nos ayudó a contrastar, confirmar, sustentar y darnos cuenta de que manera puede influir la calidad de servicio en la satisfacción que llegue a tener un cliente.

La población como objeto de estudio, estuvo constituido por los habitantes de la ciudad de Chimbote (215.817) y Nuevo Chimbote (113.166), haciendo un total 328 983, la cual para la determinación de la muestra de aplicó la fórmula probabilística del cual se obtuvo una muestra de 150 pobladores.

La investigación es de tipo de estudio explicativa y su diseño es no experimental-transversal: Correlacional Causal; para el cual se utilizó la prueba de Chi<sup>2</sup> para poder ver si existe relación entre las dos variables, por lo esta prueba se contrasto para la hipótesis planteada.



Luego de realizar el proceso de la investigación se han logrado las conclusiones, dentro de las cuales se ha determinado que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación  $H_1$ , donde se dice que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S. A en la ciudad de Chimbote- 2012, a la vez se determina que si existe una relación significativa entre las dos variables, debido a que correlación entre las dos variables es 0.048. A su vez llegando a identificar las percepciones y expectativas de los clientes con respecto a las 5 dimensiones de la calidad de servicio en los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de repuestas, seguridad y empatía, de las cuales nos ayudaron a ver cuál de ellas superan o aún falta superar esas expectativas que los clientes tienen; a la vez se ha llegado a determinar el nivel de satisfacción en la que se encuentran los clientes de la empresa Tiendas por Departamento Ripley S.A, Lo cual observamos que el cliente en la tabla nº 13 y el grafico nº 13 muestra el nivel de satisfacción donde el 64.67% que ellos se encuentran satisfechos con el servicio brindado por Ripley.; el llegar a brindar una calidad de servicio y un producto de calidad es muy importante ya que esta tiene un efecto en la satisfacción que pueda tener cada uno de los clientes debido a que logre a satisfacer su necesidad que tiene a la vez superando esas expectativas que tiene con respecto al producto o servicio. A su vez se propuso algunos lineamientos técnicos que debe de tener en cuenta la empresa y poder mejorar el servicio.

Consecuentemente se realizó las recomendaciones que se han observado convenientes a realizar para la empresa TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S. A

## **ABSTRACT**

The research of the thesis entitled "INFLUENCE OF SERVICE QUALITY IN CUSTOMER SATISFACTION DEPARTMENT STORES COMPANY RIPLEY S. A CITY OF CHIMBOTE-2012 ", aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction Ripley company to see if the company has been providing quality service to its customers and if these are satisfied.

In turn, the problem to be investigated is: *What is the influence of service quality on customer satisfaction Company SA Ripley department store in the city of Chimbote, 2012?*

With the development of research being pursued or is to analyze the influence of service quality on customer satisfaction, identify the main perceptions and expectations of customer satisfaction for the company, determine the level of customer satisfaction company, explain the effect of service quality on customer satisfaction and company propose technical guidelines to improve the quality of service to the standards set by company. To which is required of theoretical support that has allowed us to see that different authors say in regard to service quality and customer satisfaction which in turn helped us compare, confirm, sustain and realize how it can influence the quality of service in meeting who becomes a client.

The object of study population was constituted by the inhabitants of the city of Chimbote (215,817) and New Chimbote (113,166), totaling 328,983, which for determining sample probabilistic applied Formula which was obtained a sample of 150 people.

The research is explanatory and type of study design is not experimental-cross: Causal Correlational, for which we used the Chi<sup>2</sup> test to see if there is a relationship between the two variables, so this test was compared to the hypothesis .

Then they make the process of research findings have been made, among which have been determined to reject the null hypothesis and accept the research hypothesis H<sub>i</sub>, where it is said that the quality of service significantly influences

satisfaction customer of the company S. Ripley Department Stores A city of Chimbote in 2012, at a time if it is determined that there is a significant relationship between the two variables, because the correlation between the two variables is 0.048. In turn coming to identify the perceptions and expectations of customers regarding the five dimensions of service quality in the tangibles, reliability, answers, assurance and empathy, which helped us see which exceed or yet to surpass those expectations that customers have, at the same time has come to determine the level of satisfaction that customers are Department Stores Company Ripley SA, where 56% of customers show that the service provided is good and 25% is excellent even provide the quality of service and a quality product is very important as this has an effect on the satisfaction you can get to have each customer because this get to meet this need that has both surpassing those expectations you have with respect to the product or service. In turn it was proposed some technical guidelines should take into account the company and to improve service.

Consequently the recommendations was that there have been convenient for the company to make DEPARTMENT STORES RIPLEY S. A