



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

**INFLUENCIA ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA SAGA
FALABELLA. CHICLAYO, 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

CARLA JUNET CHING VENTURA

ASESOR:

MG. ANGELITA REQUENA FUENTES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

CHICLAYO – PERÚ

2017

PÁGINA DEL JURADO

Mg. Castañeda Gonzales Jaime
Presidente

Reyna Gonzales Julissa
Secretario

Mg. Martel Acosta Rafael
Vocal

DEDICATORIA

A DIOS por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi Padres que me han ayudado a crecer como persona gracias por enseñarme valores y estar siempre conmigo en todo momento.

A mis hermanos por estar siempre presentes y acompañándome.

A mi hijo por ser la mayor motivación para nunca rendirme en mis estudios y para poder llegar a ser un ejemplo para él.

A mi Maestra Angelita Requena Fuentes por el tiempo de dedicación, paciencia de guiarme en el desarrollo de tesis y trasmitirme sus diversos conocimientos, agradezco por desarrollar con excelencia su labor.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la vida y por bendecirme siempre.

A mi asesora de tesis Mg. Angelita Requena Fuentes, por la orientación y ayuda que me brindó para la realización de esta tesis, por su apoyo y amistad que me permitieron aprender mucho más que lo estudiado en el proyecto.

A la Universidad CESAR VALLEJO, por la oportunidad que nos dio de conocer una educación basada en principios y valores, a los saberes necesarios, que nos hizo mejores personas cada vez más humildes, de forma personal y profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO ACADÉMICO N°. 0011-2016-UCV-VA

Chiclayo, 20 de Julio del 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **CHING VENTURA CARLA JUNET**, de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, Sede Chiclayo; declaro que el trabajo académico titulado: **“INFLUENCIA ENTRE LA CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA SAGAFALABELLA. CHICLAYO, 2016”** presentado en 3 folios para la obtención del título profesional de Administración de Empresas es de mi autoría.

Por lo tanto declaro lo siguiente:

- He mencionado todas fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Chiclayo, 20 de Julio del 2017

.....
Firma

PRESENTACIÓN

El concepto de calidad en la prestación de servicios o en la atención al cliente, es un tema que interesa a la mayoría de las organizaciones, independientemente del tamaño o naturaleza de actividades que cumplan, ya que la calidad que se perciba y los niveles de satisfacción que produzcan, son temas clave a la hora de explicar la conducta del consumidor y posteriormente tomar decisiones, para ganar su confianza y lealtad.

La inquietud de conocer de manera específica, cómo es que influye la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes de la tienda por departamentos Saga Falabella de la ciudad de Chiclayo, ha dado origen a la presente investigación que en estas líneas se presenta.

Para este propósito se planteó un problema y se formularon objetivos orientados a determinar la influencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa mencionada.

Como hipótesis fundamental se consideró que la calidad de servicio está relacionada significativamente con la satisfacción del cliente de Saga Falabella de la ciudad de Chiclayo, 2016.

La tesis se organizó en capítulos, bajo los lineamientos que establece la Escuela de Administración la Universidad Nacional Cesar Vallejo de Chiclayo:

CAPITULO I: Presenta los antecedentes del estudio, las teorías relacionadas que proporcionan la base para la investigación y aparecen también los objetivos, el modelo de conceptual de investigación y el planteamiento de la hipótesis.

CAPITULO II: Se presenta la metodología a utilizar que incluye principalmente el tamaño de la muestra y el instrumento de investigación a utilizar

CAPITULO III: Se presentan los resultados alcanzados en la investigación, describiéndolos al detalle con ayuda de tablas.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos correspondientes.

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	11
1.2. TRABAJOS PREVIOS	14
1.2.1. Antecedentes a nivel local.....	14
1.2.2. Antecedentes a nivel internacional.....	14
1.2.3. Antecedentes a nivel nacional.....	15
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.	17
1.3.1. Calidad de servicio.....	17
1.3.2. Características del servicio	18
1.3.3. Satisfacción.....	20
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	24
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.6. HIPÓTESIS.....	24
1.7. OBJETIVOS.....	25
1.7.1. Objetivo general.....	25
1.7.2. Objetivos específicos	25
II. MÉTODO.....	26
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	26

2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	27
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	29
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS VALIDEZ Y CONFIABILIDAD..	30
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	31
2.6. ASPECTOS ÉTICOS.....	31
III. RESULTADOS.....	33
IV. DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	57
VII. REFERENCIAS	59
VIII. ANEXOS.....	63

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de saga Falabella de la ciudad de Chiclayo, 2016.

Para este propósito se aplicó las encuestas a 200 clientes 41% varones y 59% mujeres, un cuestionario de 29 ítems tipo Likert para medir el nivel de calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente. Los resultados más resaltantes son, el 46.5% están satisfechos y opina que el retail habitualmente presta bien su servicio, el 63.5% muestra satisfacción porque dice que muestran un sincero interés en solucionar problemas que se presentan. El 46% muestran insatisfacción porque dice que no ofrecen un servicio rápido y ágil, el 85.5% se sienten satisfechos y opina que los empleados siempre están dispuestos a ayudarle, el 94% están satisfechos y opina se sienten cómodos con el ambiente físico. El 73% satisfecho porque dice que el servicio que brinda es la esperada. Un 89% se muestran satisfechos con las facilidades de pago que se ofrecen. El 59% de los clientes entrevistados se sienten insatisfechos con los precios que establece El valor del coeficiente de correlación, 0.433, indica que la relación que existe entre las variables es positiva y significativa y de esta manera queda comprobada la hipótesis formulada.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, Retail.

La Autora.

ABSTRACT

The main objective of the investigation was to determine the relationship between quality of service and customer satisfaction of Saga Falabella, Chiclayo city, 2016.

For this purpose, the surveys were applied to 200 clients, 41% male and 59% female, a questionnaire of 29 items Likert type to measure the level of quality of service and the level of customer satisfaction. The most outstanding results are, 46.5% are satisfied and believes that the retail habitually renders its service well, 63.5% shows satisfaction because it says they show a sincere interest in solving problems that present themselves. 46% are dissatisfied because they say that they do not offer a fast and agile service, 85.5% are satisfied and feel that employees are always willing to help, 94% are satisfied and feel comfortable with the physical environment. 73% satisfied because it says that the service provided is as expected. 89% are satisfied with the payment facilities offered. The value of the correlation coefficient, 0.433, indicates that the relationship between the variables is positive and significant and in this way the hypothesis formulated is verified.

Keywords: Quality of service, customer satisfaction, Retail.

The Author.