



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Almacenera
Mercantil S.C.R.L., en el Cercado de Lima, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Administración

AUTORA:

Frescia Denisse Haro Leandro

ASESOR:

Dr. Darien Barramedo Rodríguez Galán

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA – PERÚ

2018

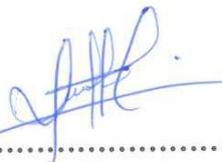
PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DEL JURADO



.....

Presidente



.....

Secretario



.....

Vocal

DEDICATORIA

A mi madre Fernanda Leandro por
brindarme su apoyo incondicional y a
mis hermanos a quienes amo
demasiado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por el apoyo constante y los gestos de amor y comprensión obsequiados durante este afán de estudiar.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Frescia Denisse Haro Leandro con DNI N° 48617415, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, con la tesis Titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Almacenera Mercantil S.C.R.L., Cercado de Lima, 2018”. Por ello, declaro 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 la información aportada; por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2018.



Frescia Denisse Haro Leandro

D.N.I. N° 48617415

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de Tesis de la Universidad César Vallejo, presento la investigación titulada: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Almacenera Mercantil S.C.R.L., Cercado de Lima, 2018”, requisito para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Esta tesis se desarrolló en base a la experiencia ganada en el ámbito laboral y al aprendizaje adquirido durante mis estudios universitarios, asimismo se fundamentó en la investigación de fuentes bibliográficas a fin de construir la teoría entorno a las variables y sus dimensiones, de tal manera que la tesis fue estructurada en ocho capítulos considerando el esquema de investigación concedido por la universidad. En el capítulo I, se realiza la introducción, donde se registran la realidad problemática, los trabajos previos a nivel internacional y nacional, las teorías relacionadas a la calidad de servicio y a la satisfacción al cliente, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos. En el capítulo II, se registra el método empleado, apreciándose el diseño de investigación, la operacionalización de las variables, la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, método de análisis de datos y aspectos éticos. En el capítulo III, se muestran los hallazgos obtenidos por cada variable, así como el contraste de hipótesis. En capítulo IV, se expone las discusión. En el capítulo V, se presentan las conclusiones. En el capítulo VI, se aprecian las recomendaciones. En el capítulo VII, las referencias bibliográficas y, finalmente, en el capítulo VIII, se consideran los anexos.



FIRMA

Frescia Denisse Haro Leandro

ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	II
PÁGINA DEL JURADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	VI
PRESENTACIÓN	VII
ÍNDICE.....	VIII
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA	14
1.2 TRABAJOS PREVIOS	16
1.3 TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	20
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	28
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	28
1.6 HIPÓTESIS	30
1.7 OBJETIVOS	31
II. MÉTODO.....	32
2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	33
2.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	34
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	37
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	38
2.5 MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	41
2.6 ASPECTOS ÉTICOS	41
III. RESULTADOS	42
3.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....	43
3.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL.....	47
3.3 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	48
IV. DISCUSIÓN	54

V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES.....	62
VII. REFERENCIAS	65
VIII. ANEXOS	69
TABLAS DE ESPECIFICACIÓN DE VARIABLES	70
MATRIZ DE CONSISTENCIA	72
INSTRUMENTOS.....	73
DETALLE DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	77
BASE DE DATOS.....	78
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	82
V DE AIKEN	88
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Operacionalización de variables.</i>	36
Tabla 2. <i>Población de clientes de Almacenera Mercantil S.C.R.L.</i>	37
Tabla 3. <i>Escala de medición para ítems de cuestionarios</i>	39
Tabla 4. <i>Niveles de confiabilidad</i>	40
Tabla 5. <i>Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable calidad de servicio</i>	40
Tabla 6. <i>Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable satisfacción del cliente</i>	40
Tabla 7. <i>Distribución de frecuencia para calidad de servicio y satisfacción del cliente</i>	43
Tabla 8. <i>Distribución de frecuencia para elementos tangibles y satisfacción del cliente</i>	44
Tabla 9. <i>Distribución de frecuencia para fiabilidad y satisfacción de cliente</i>	44
Tabla 10. <i>Distribución de frecuencia para capacidad de respuesta y satisfacción de cliente</i>	45
Tabla 11. <i>Distribución de frecuencia para seguridad y satisfacción del cliente.</i>	46
Tabla 12. <i>Distribución de frecuencia para empatía y satisfacción del cliente</i>	46
Tabla 13. <i>Correlaciones calidad de servicio - satisfacción del cliente.</i>	47
Tabla 14. <i>Correlaciones elementos tangibles - satisfacción del cliente.</i>	48
Tabla 15. <i>Correlaciones fiabilidad - satisfacción del cliente.</i>	49
Tabla 16. <i>Correlaciones capacidad de respuesta - satisfacción del cliente.</i>	50
Tabla 17. <i>Correlaciones seguridad - satisfacción del cliente.</i>	51
Tabla 18. <i>Correlaciones empatía - satisfacción del cliente</i>	52

RESUMEN

La presente investigación trata el estudio de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Almacenera Mercantil S.C.R.L., Cercado de Lima, 2018. En ese sentido, se analizaron las variables en mención junto a sus correspondientes dimensiones. De tal forma que se planteó por objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Almacenera Mercantil S.C.R.L. – Cercado de Lima, 2018. El estudio fue de diseño descriptivo correlacional, fundamentándose en la teoría de sobre calidad de servicio en Mariño, Rubio y Rodríguez (2010) y en la teoría de Kotler (2013) para satisfacción del cliente. La muestra estuvo conformada por 80 clientes de la empresa Almacenera Mercantil S.C.R.L. del distrito de Cercado de Lima, para lo cual se utilizó la fórmula para determinar una muestra sobre población finita. La recolección de datos se efectuó mediante uso de dos cuestionarios validados por expertos y con alta confiabilidad. La encuesta se conformó de 22 preguntas para la variable calidad de servicio y 30 preguntas para la variable satisfacción del cliente. Finalmente, se procedió a la prueba de hipótesis, encontrándose que la variables calidad de servicio y satisfacción del cliente cuentan con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.257 Sig. (Bilateral) = 0.021; ($p \leq 0.05$), mediante el análisis estadístico de contrastación de hipótesis, se puede afirmar que existe una relación entre las dos variables estudiadas.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del cliente, empatía, seguridad.

ABSTRACT

The present investigation deals with the study of the quality of service and customer satisfaction in the company Almacenera Mercantil S.C.R.L., Cercado de Lima, 2018. In that sense, the variables in mention with their corresponding dimensions were analyzed. In such a way that the aim was to determine the relationship between quality of service and customer satisfaction in the company Almacenera Mercantil S.C.R.L. - Cercado de Lima, 2018. The study was descriptive correlational design, based on the theory of quality of service in Mariño, Rubio and Rodríguez (2010) and Kotler theory (2013) for customer satisfaction. The sample consisted of 80 customers of the company Almacenera Mercantil S.C.R.L. of the district of Cercado de Lima, for which the formula was used to determine a sample on finite population. The data collection was carried out using two questionnaires validated by experts and with high reliability. The survey was made up of 30 questions for each variable. Finally, we proceeded to the hypothesis test, finding that the variables quality of service and customer satisfaction have a Spearman's Rho coefficient of 0.257 Sig (Bilateral) = 0.021; ($p \leq 0.05$), by means of the statistical analysis of hypothesis testing, it can be affirmed that there is a relationship between the two variables studied.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, empathy, security.