



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERIA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE

INGENIERIA INDUSTRIAL

**Mejora de la calidad de servicio para aumentar el nivel de satisfacción de
los clientes en un supermercado – 2018**

PROYECTO DE TESIS

Autor

García Gutiérrez Katherine Lucero

Asesores

Mg. Olortegui Núñez Pedro

Dr. Mendoza Rivera Ricardo

Línea de investigación

Gestión Productiva y Empresarial

TRUJILLO – PERU

2018

DEDICATORIA

A: Dios por ser el motor de mi vida y por todas las bendiciones que derrama cada día sobre mí.

A mis padres quienes, con tanto sacrificio, sabiduría, esfuerzo y dedicación han pulido día a día con sus enseñanzas, al ser humano que soy

A mi hermana y familia, por estar siempre pendiente de mí, brindándome su apoyo incondicional en las diferentes etapas de mi vida, en especial en la vida universitaria.

A Jim Paz, por su comprensión, amor y apoyo incondicional en toda mi vida universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Privada César Vallejo por formarme integralmente a lo largo del desarrollo académico de mi carrera, a los docentes que con su experiencia contribuyeron al fortalecimiento de mis competencias como ingeniero y, de manera muy especial, a mis asesores Mg. Pedro Olortegui Núñez y Dr. Ricardo Rivera Mendoza. Por otro lado, también demuestro mi particular deferencia con la empresa Hipermercados Tottus S.A. quién me brindó la oportunidad de desarrollar mi investigación dentro de sus instalaciones.

Atentamente,

Katherine Lucero García Gutiérrez.

PRESENTACION

Señores miembros del jurado calificador, en cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería, de la Universidad Privada César Vallejo, el cual es requisito indispensable presentar el informe de tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, pongo en vuestra consideración el presente proyecto de investigación titulado: **“Mejora de la Calidad de Servicio para aumentar el Nivel de Satisfacción del Cliente en un Supermercado 2018”** para que con la serenidad y equidad que ustedes poseen, sea sometido a evaluación y se emita el dictamen correspondiente.

Atentamente



Katherine Lucero García Gutiérrez
(El Autor)

INDICE

ACTA DE APROBACION DE LA TESIS	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	4
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACION.....	6
INDICE	7
INDICE DE TABLAS	10
INDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
I. INTRODUCCION.....	14
1.1. Realidad problemática	15
1.2. Trabajos previos.....	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	21
1.4. Formulación del problema	27
1.5. Justificación del estudio	27
1.6. Hipótesis.....	28
1.7. Objetivos.....	28
1.7.1. General.....	28
1.7.2. Específicos:.....	28
II. MARCO METODOLÓGICO.....	29
2.1 Diseño de investigación	29
2.2 Variables:	30
VI: Calidad de servicio.....	30
2.3 Población y muestra	32

2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.5	Métodos de análisis de datos	33
2.6	Aspectos éticos.....	33
III	RESULTADOS	34
3.1.	Descripción general de la empresa	35
3.2.	Evaluar la situación actual de la Calidad de Servicio del supermercado 37	
3.3.	Determinar el nivel de satisfacción actual del cliente del supermercado.....	49
3.4.	Proponer e implementar mejoras en la Calidad de Servicio del supermercado.....	54
3.5.	Evaluar el nivel de Satisfacción del Cliente del Supermercado, posterior a la mejora de la Calidad de servicio.....	63
IV.	DISCUSION.....	66
V.	CONCLUSIONES.....	68
VI.	RECOMENDACIONES	69
VII.	REFERENCIAS.....	70
	ANEXOS:	73
A.	Anexos de tablas.....	73
A1.	Tabulación de encuestas	73
A2.	Cuadro de gastos	76
B.	Anexos de figuras	77
C.	Anexos de instrumentos	81
C1.	Encuesta de Calidad de Servicio:.....	81
C2.	Encuesta de Calidad de Servicio - Aplicación.....	82
C3.	Formato de checklist.	83
D.	Otros.....	84
D1.	Formato de validación de encuesta – juicio de experto	84

D2. Formato de validación de entrevista.....	87
D3. Malla horaria.....	88
E. Anexo de matriz de consistencia.....	89
F. Anexo de normas y documentos.....	91
F1. Formato de capacitación.....	91
F2. Formato de evaluación de desempeño.....	92
F3. Formato de elección del empleado del mes.....	94
F4. Plan de capacitación de salud en el trabajo.....	95
F5. Políticas de asistencia.....	96

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	31
Tabla 2: tamaño de muestra.....	32
Tabla 3: Resumen de dimensión tangible	39
Tabla 4: Resumen de dimensión fiabilidad.....	40
Tabla 5: Resumen de dimensión capacidad de respuesta	41
Tabla 6: Resumen de dimensión seguridad	42
Tabla 7: Resumen de dimensión empatía	43
Tabla 8: Consolidado de encuestas por dimensión	44
Tabla 9: Consolidado de diagrama de Ishikawa.....	48
Tabla 10: Resumen de dimensión satisfacción al cliente	50
Tabla 11: Resumen de dimensión fidelidad	51
Tabla 12: Resumen de dimensión servicio.....	52
Tabla 13: Consolidado de encuestas por dimensión.....	53
Tabla 14: Consolidado de encuestas por dimensión.....	55
Tabla 15: Propuestas de mejora 1- Implementar capacitaciones y evaluaciones periódicas al personal de tienda sobre atención al cliente	57
Tabla 16: Propuestas de mejora 2 – Seguimiento constante por el jefe de área y recursos humanos.....	58
Tabla 17: propuestas de mejora 3 – Organizar presupuesto en base a la demanda del cliente	59
Tabla 18: propuestas de mejora 4 – Capacitación sobre políticas de asistencia. .	60
Tabla 19: propuestas de mejora 5 – Planificar y organizar cobertura de cajas de atención.....	61
Tabla 20: propuestas de mejora 6 – Aplicar un cheklist de operatividad de equipos	62
Tabla 21: Comparativo pre y post de evaluación de calidad de servicio	63
Tabla 22: Consolidado por dimensión	65
Tabla 23: Tabulación de encuesta	73

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: línea de tiempo de tiendas	35
Figura 2 Diagrama de áreas.....	36

Figura 3 Organigrama de operaciones	37
Figura 4: Proceso de Encuesta	38
Figura 5: Representación de Tangibilidad	39
Figura 6: Representación de fiabilidad	40
Figura 7: Representación de capacidad de respuesta	41
Figura 8: Representación de seguridad	42
Figura 9: Representación de empatía	43
Figura 10: Representación de calidad de atención	45
Figura 11: Diagrama de Ishikawa de capacidad de respuesta	46
Figura 12: Diagrama de Ishikawa de empatía	47
Figura 13: Proceso de Encuesta	49
Figura 14: Representación de satisfacción general.....	50
Figura 15: Representación de fidelidad.....	51
Figura 16 : Representación de servicio	52
Figura 17: Representación de calidad de atención	54
Figura 18: Porcentaje por dimensión.....	65
Figura 19 – Capacitación Políticas de Asistencia I.....	77
Figura 20 – Capacitación de Servicio al Cliente	77
Figura 21 – Celebración de cumpleaños.....	78
Figura 22 – Capacitación de Políticas de Asistencia II.....	78
Figura 23 – Reconocimiento al empleado del mes.....	79
Figura 24 – Festejo de cumpleaños -SAC.....	79
Figura 25 – Celebración de cumpleaños – CAJAS	80
Figura 26 - Celebración de cumpleaños – CAJAS	80
Figura 27 – Formato de validación I	84
Figura 28 - Formato de validación II.....	85
Figura 29 - Formato de validación III.....	86
Figura 30 – Entrevista jefe de área	87

RESUMEN

La presente investigación titulada “MEJORA DE LA CALIDAD DE SEERVICIO PARA AUMENTAR EL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN UN SUPERMERCADO – 2018”, tiene como objetivo Determinar en qué medida la mejora de la Calidad de Servicio aumentará el Nivel de Satisfacción del Cliente en un supermercado.

Para ello, se realizó una investigación cuyo diseño fue pre experimental, cuya población es de 3431 reclamos ingresados en el área de atención al cliente y una muestra de 346; teniendo en cuenta como conceptos fundamentales la calidad de servicio, nivel de satisfacción, necesidades de los clientes, ciclo Deming, entre otros; utilizando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación el método Servperf, con un cuestionario estructurado de 22 preguntas, validado por los expertos. Luego de realizado el estudios, se comprobó la hipótesis planteada que determino que la Mejora de la calidad de servicio aumentara el nivel de satisfacción del cliente en el supermercado.

Concluyendo que la calidad del servicio tiene una influencia directa en el nivel de satisfacción del cliente, lo cual quedó evidenciado en la encuesta realizada, es por ello que la satisfacción general, fidelidad y servicio aumentaron en 83%,81%, 80%, respectivamente.

Palabras clave: Clientes, calidad de servicio, nivel de satisfacción.

ABSTRACT

The present investigation entitled "IMPROVING THE QUALITY OF SEERVICIO TO INCREASE THE LEVEL OF SATISFACTION OF THE CLIENTS IN A SUPERMARKET - 2018", aims to determine to what extent the improvement of the Quality of Service will increase the level of Customer Satisfaction in a Supermarket.

To this end, an investigation was carried out whose design was pre-experimental, with a population of 3431 claims admitted to the customer service area and a sample of 346; taking into account as fundamental concepts the quality of service, level of satisfaction, customer needs, Deming cycle, among others; using the survey technique and the Servperf method as a research tool, with a structured questionnaire of 22 questions, validated by the experts. After carrying out the studies, the hypothesis was verified that determined that the Improvement of the quality of service increased the level of satisfaction of the client in the supermarket.

Concluding that the quality of service has a direct influence on the level of customer satisfaction, which was evidenced in the survey conducted, that is why overall satisfaction, loyalty and service increased by 83%, 81%, 80%, respectively . loyalty and service increased by 83%, 81%, 80%, respectively

Keywords: Clients, quality of service, level of satisfaction