



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La calidad de servicio y la satisfacción del consumidor en la
empresa de Envelope and packaging Perú S.A.C., San Luis 2019.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Guerreros Palomino, Jonatan Jesús (ORCID: 0000-0002-9210-8881)

ASESOR:

Dr. Bardales Cárdenas, Miguel (ORCID: 0000-0002-1067-9550)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedico esta obra a Dios, a mi madre Antonia Ernestina Palomino Quispe, a mis hermanos, familia, amigos y todas las personas que me brindaron su apoyo en el transcurso del desarrollo de la investigación y mi carrera universitaria.

Agradecimiento

A Dios y mi madre Antonia Palomino Quispe, por su apoyo incondicional, mi familia y amigos quienes son parte importante en este camino lleno de oportunidades y metas cumplidas.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. <i>Tipo y diseño de investigación:</i>	17
3.2. <i>operacionalización de variables:</i>	18
3.3. <i>Población, muestra y muestreo:</i>	21
3.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:</i> 22	
3.5. <i>Procesamiento de datos:</i>	28
3.6. <i>Métodos de análisis de datos:</i>	28
3.7. <i>Aspectos éticos:</i>	29
IV. RESULTADOS	30
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS.	58

Anexo 1: Tabla 1. Dimensiones ServQual.

Anexo 2: Figura: 1. Modelo Servperf

Anexo 3: Tabla: 2. Las Dimensiones del Modelo SERVPERF

Anexo 4: Tabla 3. Dimensiones del modelo ACSI

Anexo 5: Tabla 4: Matriz de consistencia: La calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la empresa Envelope and packaging, San Luis 2019.

Anexo 6: Variable 1: La calidad de servicio mediante el método SERVPERF.

Anexo 7: Variable 2: Satisfacción del consumidor método ACSI.

Anexo 8: Instrumento, cuestionario

8.1 Cuestionario de calidad de servicio (Servperf)

8.2 Cuestionario de satisfacción del consumidor (ACSI)

Índice de tablas

<i>Tabla 1: Cuadro de operacionalización de la variable calidad de servicio (V1)..</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 2: Cuadro de operacionalización de la variable satisfacción del consumidor (V2).</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 3: Escalas de medición</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 4: Validación de expertos variable calidad de servicio</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 5: Validación de expertos variable satisfacción del consumidor</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 6: Nombre de expertos de las variables en cuestión</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 7: Escala del alfa de Cronbach</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 8: Estadísticos de fiabilidad del alfa de Cronbach global de calidad de servicio (V1) y satisfacción del consumidor (V2).</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 9: Estadística de fiabilidad alfa de Alfa de Cronbach para la variable de calidad de servicio. (v1)</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 10: Estadística de fiabilidad alfa de Alfa de Cronbach para la variable de satisfacción de consumidor. (v2).</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 11: Variable calidad de servicio</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 12: Variable satisfacción del consumidor</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 13: Dimensión de la fiabilidad – satisfacción del consumidor</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 14. Dimensión de capacidad de respuesta – satisfacción del consumidor</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 15: Dimensión de seguridad – satisfacción del consumidor</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 16: Dimensión de la empatía – satisfacción del consumidor.</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 17: Dimensión de elementos tangibles – satisfacción del consumidor</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 18: Baremo de estimación del coeficiente de correlación del Rho Spearman</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 19: Prueba de hipótesis de las variables calidad de servicio y satisfacción del consumidor.</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 20: Prueba de hipótesis de la dimensión de fiabilidad y satisfacción del consumidor</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 21: Prueba de hipótesis de la dimensión de capacidad de respuesta y satisfacción del consumidor.</i>	<i>39</i>

<i>Tabla 22: Prueba de hipótesis de la dimensión de seguridad y satisfacción del consumidor</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 23: Prueba de hipótesis de la dimensión de empatía y satisfacción del consumidor</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 24: Prueba de hipótesis de la dimensión de elementos tangibles y satisfacción del consumidor.....</i>	<i>42</i>

Índice de figuras

<i>Figura 1. Variable de calidad de servicio</i>	<i>30</i>
<i>Figura 2. Variable de satisfacción del consumidor.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 3. Dimensión fiabilidad correlacionado con la variable satisfacción del consumidor</i>	<i>31</i>
<i>Figura 4. Dimensión de capacidad de respuesta correlacionado con la variable satisfacción del consumidor.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 5. Dimensión de seguridad correlacionada con la dimensión de satisfacción del consumidor.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 6. Dimensión de la empatía correlacionada con la variable de la satisfacción del consumidor.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 7. Dimensión de elementos tangibles correlacionado con la variable de satisfacción del consumidor.....</i>	<i>35</i>

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor en la empresa de Envelope and packaging Perú S.A.C., San Luis 2019. El diseño de investigación es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional y de corte transversal, en donde la muestra fue de 40 consumidores de la unidad de análisis, la técnica que se realizó fue la encuesta y el instrumento se tomó al modelo ACSI para calidad de servicio y SERVPERF para satisfacción del consumidor, estas fueron asociándolas a la realidad de la empresa (cuestionario), se obtiene un alfa de Cronbach de 0.980, lo cual indica que el estudio tiene confiabilidad positiva muy alta, estas fueron validados por el juicio de tres expertos en el tema.

Se concluyó de acuerdo a los resultados obtenidos, un $Rho = 0,923$ y un Sig. Bilateral de 0,000; (correlación positiva alta), que la calidad de servicio conlleva a la satisfacción al consumidor.

Palabras claves: Satisfacción del consumidor, calidad de servicio

ABSTRACT

The purpose of this research work was to determine the relationship between quality of service and consumer satisfaction in the Envelope and packaging Peru SAC company, San Luis 2019. The research design is quantitative, applied type, correlational level and of cross section, where the sample was of 40 consumers of the unit of analysis, the technique that was carried out was the survey and the instrument was taken to the ACSI model for quality of service and SERVPERF for consumer satisfaction, these were associating them with the reality of the company (questionnaire), a Cronbach alpha of 0.980 is obtained, which indicates that the study has very high positive reliability, these were validated by the judgment of three experts in the field.

It was concluded according to the results obtained, a $Rho = 0.923$ and a Bilateral Sig of 0.000; (high positive correlation), that the quality of service leads to consumer satisfaction.

Keywords: Consumer satisfaction, quality of service.