



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
DEL ÁREA DE COMPRAS DE UNA INSTITUCIÓN
PRIVADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, LIMA
2017”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en **Administración**

Autor:

Fernando Franco Atencio Cristobal

Asesor:

Econ. Cesar Augusto Acosta Cashu

Lima - Perú

2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Cesar Augusto Acosta Cashu, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(los) estudiante(s):

- Fernando Franco Atencio Cristobal

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: “NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL ÁREA DE COMPRAS DE UNA INSTITUCIÓN PRIVADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, LIMA 2017” para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** su presentación.

Cesar Augusto Acosta Cashu

Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Sr(a) Mg. William Cesar Ferrer Jauregui, ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): *Fernando Franco Atencio Cristobal*, para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: “NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL ÁREA DE COMPRAS DE UNA INSTITUCIÓN PRIVADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, LIMA 2017”

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, expresa:

Aprobado

Calificativo: Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Mg. William Cesar Ferrer Jauregui

Director de Carrera Administración

DEDICATORIA

A mis padres quienes me dieron vida,
educación, apoyo y consejos. A mis compañeros de
estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su
ayuda nunca hubiera podido hacer este trabajo de
investigación.

AGRADECIMIENTO

A mis padres y a la UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. Agradecer también a mis profesores de la universidad porque todos han aportado a mi formación, su enseñanza. Y por último a mis jefes de trabajo que me dieron todas las facilidades y su apoyo en todos estos años que duro la carrera.

ÍNDICE

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema	13
1.2.1. Problema general	13
1.2.2. Problemas específicos	13
1.3. Objetivos	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
1.4. Hipótesis	14
1.4.1. Hipótesis general	14
1.4.2. Hipótesis específicas	14
1.5. Antecedentes	14
1.5.1. A nivel internacional	14
1.5.2. A nivel nacional	17
1.6. Bases teóricas	20
1.6.1. Satisfacción	20

1.6.1.1. Niveles de Satisfacción	21
1.6.1.2. Importancia de la satisfacción del usuario en el proceso de compras	22
1.6.2. Usuario	22
1.6.3. Sistemas de medición de la satisfacción	22
1.7. Definición de términos básicos	23
1.7.1. Satisfacción de Usuarios	23
1.7.2. Elementos tangibles	24
1.7.3. Fiabilidad	24
1.7.4. Capacidad de respuesta	24
1.7.5. Seguridad	24
1.7.6. Empatía:	24
1.8. Variables de Estudio	24
1.8.1. Dimensiones	25
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	26
2.1 Tipo de investigación	26
2.2 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	26
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	27
2.3.1 Para recolectar datos	27
2.3.1.1 Instrumentos	27
2.3.2 Para analizar datos	27
2.4 Procedimientos	28
CAPÍTULO III RESULTADOS	30
3.1. Validación de Juicios de Expertos	30
3.2. Confiabilidad	30
3.3. Tabla de Frecuencias y Gráficos	31
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41

6.1. Discusión	41
6.2. Conclusiones	41
REFERENCIAS	43
ANEXOS	45
ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	45
ANEXO 2. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRÁVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS	46
ANEXO 3. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD (ALFA DE CROMBACH)	50
ANEXO 4. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	52
ANEXO 5. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	29
Tabla 2: Resultado de fiabilidad	31
Tabla 3: Resultado general del cuestionario	31
Tabla 4: Compromiso que muestra en la atención el personal del área de compras	32
Tabla 5: Atención oportuna de las llamadas telefónicas en el área de compras.....	33
Tabla 6: Tiempo de espera para recibir respuestas a sus dudas y consultas.....	34
Tabla 7: Dimensión Elementos Tangibles	35
Tabla 8: Dimensión Fiabilidad	36
Tabla 9: Dimensión Capacidad de Respuesta	37
Tabla 10: Dimensión Seguridad	38
Tabla 11: Dimensión Empatía	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo SERVQUAL.....	23
Figura 2: Resultado general del cuestionario.....	32
Figura 3: Compromiso que muestra en la atención el personal del área de compras	33
Figura 4: Atención oportuna de las llamadas telefónicas en el área de compras.....	34
Figura 5: Tiempo de espera para recibir respuestas a sus dudas y consultas	35
Figura 6: Dimensión Elementos Tangibles.....	36
Figura 7: Dimensión Fiabilidad	37
Figura 8: Dimensión Capacidad de Respuesta	38
Figura 9: Dimensión Seguridad	39
Figura 10: Dimensión Empatía	40

RESUMEN

Objetivo y método: Mediante un cuestionario estructurado se encuestó a 92 usuarios del área de compras, con el propósito de determinar el nivel de satisfacción, así como identificar y describir en que puntos se puede mejorar y en donde hay mayor efectividad. La investigación recurre a cinco dimensiones que por análisis individual otorgan resultados acertados y confiables.

Resultados: Se encontró que el 44.6 % está satisfecho con el servicio y el 23.9 % está muy satisfecho, llegando a un nivel de satisfacción alto comprobando así las hipótesis de investigación. Se analizó mediante cinco dimensiones, el cual la dimensión seguridad se encontró al 50 % de encuestados satisfechos.

Conclusiones: Se concluye que una buena gestión administrativa lleva a buenos resultados en cuanto a niveles de satisfacción de usuarios

PALABRAS CLAVES: Satisfacción, universidad, usuario, compras

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo, contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Ballou, R. H. (2014). *Administración de la cadena de suministro* (5 ed.). México: Pearson Educación.
- Castro, R., & Muñoz, R. (2014). *Nivel de satisfacción de los clientes externos de la empresa Nexus Digital, (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 11.0 Update* (4 ed.). The University of Michigan: Allyn and Bacon.
- Hernández, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/3531>
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios : conceptos, estrategias y casos* (4 ed.). Mexico: Cengage Learning.
- IBM Corp. (2012). *Manual del usuario del sistema básico de IBM SPSS Statistics 21*. Obtenido de ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/statistics/21.0/es/client/Manuals/IBM_SPSS_Statistics_Core_System_Users_Guide.pdf
- Inka, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*. Obtenido de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/22>
- ISO 9001_2008. (2008). *ISO*. Obtenido de http://nodocios.com.ar/wp-content/uploads/2011/05/NORMA_ISO_9001_2008.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Paredes, S., & Estacio, M. (2016). *Nivel de satisfacción del usuario del servicio de consulta externa del Hospital Regional de Cajamarca, (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae2001/>

- Rey Martín, C. (2000). *La satisfacción del usuario: un concepto en alza. Anales de Documentación*, (3), 139-153. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500309>
- Reyes, S., Mayo, J., & Loredó, N. (2009). *La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una Mirada desde el entorno empresarial cubano. Observatorio de la economía latinoamericana*. Obtenido de www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm
- Roberto Hernández, S., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Nueva York, Estados Unidos: McGraw-Hill Education.
- Ruiz Vaca, J. y. (2009). *Evaluación de los servicios bibliotecarios y de información de los estudios de usuarios a la evaluación de la calidad de los servicios*. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bmn/1evaluacion_de_la_calidad_en_bibliotecas.pdf
- Sánchez, A. (2012). *Satisfacción de los usuarios de consulta externa en una institución de seguridad social en Guadalupe Nuevo León*. Obtenido de Universidad Autónoma de Nuevo León: <https://cd.dgb.uanl.mx/bitstream/handle/201504211/5473/20774.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres, J., & Luna, I. (2015). *Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v62n4/0186-1042-cya-64c-04-01270.pdf>
- Trespalacios Gutiérrez, J., Bello Acebrón, L., & Vázquez Casielles, R. (2005). *Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones*. Madrid, España: Paraninfo.
- Vogt, H. (2004). *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión*. Barcelona, España: Fundación Bertelsmann.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid, España: Díaz de Santos.