



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO POST-  
VENTA EN LOS CLIENTES DE LA EMPRESA JAMPAR  
MULTIPLEST INTERNACIONAL SRL - SUCURSAL TRUJILLO,  
2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autor:

Liliana Krystel Valverde Lizarzaburo

Asesor:

Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken

Trujillo - Perú

2020

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>8</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>44</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>47</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 .....	24
ESTRUCTURA DE LAS DIMENSIONES SEGÚN MODELO SERVQUAL.....	24
TABLA 2 .....	25
SIGNIFICADO DE LA ESCALA LIKERT PARA INTERPRETAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. ....	25
TABLA 3 .....	25
PROMEDIOS DE PERCEPCIÓN Y EXPECTATIVAS POR DIMENSIONES .....	25
TABLA 4 .....	26
BRECHA POR DIMENSIONES .....	26

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1. PROCESO DE LA SATISFACCIÓN O NO SATISFACCIÓN DEL SERVICIO PRESTADO. FUENTE: (FONTALVO HERRERA &amp; VERGARA SCHMALBACH, 2010, PÁG. 24).....</i>	12
<i>FIGURA 2. MODELO SERVQUAL.....</i>	16
<i>FIGURA 3. PERCEPCIÓN – EXPECTATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. FUENTE: (AITECO CONSULTORES DESARROLLO Y GESTIÓN, S.F.).....</i>	17
<i>FIGURA 4. PROMEDIOS DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE CADA DIMENSIÓN. ....</i>	28
<i>FIGURA 5. PROMEDIOS Y BRECHAS DE LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES.</i>	31
<i>FIGURA 6. PROMEDIOS Y BRECHAS DE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD.....</i>	32
<i>FIGURA 7. PROMEDIOS Y BRECHAS DE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA. ....</i>	34
<i>FIGURA 8. PROMEDIOS Y BRECHAS DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD. ....</i>	35
<i>FIGURA 9. PROMEDIOS Y BRECHAS DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA. ....</i>	36

## RESUMEN

La presente tesis contiene los resultados del proceso de investigación que se desarrolló en la empresa Jampar Multiplest Internacional SRL– Trujillo, denominado bajo el nombre: “Análisis de la satisfacción del servicio postventa en los clientes de la empresa Jampar Multiplest Internacional SRL - Sucursal Trujillo, 2019”. La presente tesis tiene como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio postventa de la empresa, por lo que se plantea el siguiente problema: ¿Cuál será el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio postventa ofrecido por la empresa Jampar Multiplest Internacional SRL - Trujillo, 2019? Este estudio está basado en un enfoque cuantitativo, utilizando como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario con preguntas cerradas con un formato de respuestas de escala tipo Likert, utilizando como referencia el cuestionario del modelo SERVQUAL. Con la información obtenida y procesada se verifica la Hipótesis planteada: el nivel de satisfacción de los clientes respecto al servicio postventa de la empresa Jampar Multiplest Internacional SRL – Trujillo es medio; así mismo se pudo analizar las dimensiones que debilitan el proceso en sí; lo cual permitirá a la empresa tomar decisiones que permitan corregir las deficiencias y mejorar en las que sean necesarias.

**Palabras clave:** Satisfacción de los clientes, servicio postventa, calidad de servicio, modelo SERVQUAL.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## REFERENCIAS

- Acosta Cueva, L. A. (2019). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de EMTRAFESA S.A.C. Piura 2018. (tesis de pregrado)*. Trujillo: universidad Nacional de Trujillo.
- Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión. (s.f.). *El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Obtenido de Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión. (s.f.). *El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Obtenido de AITECO CONSULTORES DESARROLLO Y GESTIÓN: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión. (s.f.). *Qué es la Calidad de Servicio*. Obtenido de AITECO CONSULTORES DESARROLLO Y GESTIÓN: <https://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/>
- Álvarez C., G. M. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. (tesis postgrado)*. Caracas - Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Burgos Silva, Y. E. (2016). *Los servicios postventa y su influencia en la satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú - Agencia Trujillo 2016 (tesis de pregrado)*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Carothers, Sander, & Kirby. (1998). *Monografías informes para empresarios*. Obtenido de Monografías informes para empresarios: <http://www.monografias.com/trabajos21/gestion-postventa/gestion-postventa.shtml>
- Coloma Villanueva, E. R. (2014). *La relación entre la venta y post-venta con la satisfacción del cliente en la empresa Innova Tecnología y Concepto S.A.C. en La Molina, en el año 2014 (tesis de pregrado)*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Denton, D. K. (1991). *calidad en EL servicio a los clientes*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

- Dolors, S. P. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&source=gbs_navlinks_s)
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es).
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar vol.15 no.25*, 64-80. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es).
- Fontalvo, T. J., & Vergara, J. C. (2010). *La Gestión de la calidad en los servicios*. Malaga - España: Eumed - Universidad de Malaga.
- Garboza Seclén, M. M., & Rivera Sanchez, M. J. (2019). *Manejo de quejas y satisfacción de los clientes de la empresa Makro Supermayorista Chiclayo 2017*. Chiclayo: Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo.
- Gonzalez, H. (14 de junio de 2011). LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ISO 9000. *Boletín Calidad & Gestión - edición N°66*. Obtenido de [https://calidad-gestion.com.ar/boletin/edicion\\_66.html#:~:text=Estimado%20Lector%2C,o%20servicio%20con%20sus%20expectativas%22](https://calidad-gestion.com.ar/boletin/edicion_66.html#:~:text=Estimado%20Lector%2C,o%20servicio%20con%20sus%20expectativas%22).
- Gosso, F. (2010). *Hipersatisfacción del cliente*. México: Panorama Editorial S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- HUETE GÓMEZ, L. M. (1994). Factores que determinan la calidad de servicio. *HARVARD DEUSTO BUSINESS REVIEW*, 76-87.
- ISO 9000:2015. (2015). *ISO 9000:2015 Plataforma de navegación en línea (OBP)*. Obtenido de Plataforma de navegación en línea (OBP): <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-3:v1:es>



- Juran M., J. (1996). *Juran y la calidad por el diseño*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *FUNDAMENTOS DE MARKETING - 6TA EDICIÓN*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Larrea, P. (1991). *Calidad del Servicio, del Marketing a la estrategia*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Melara, M. (2 de 11 de 2017). *La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Obtenido de El Blog de Marlon Melara: <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/#:~:text=La%20calidad%20del%20servicio%20puede,las%20futuras%20experiencias%20del%20consumidor.>
- Miranda, F. J., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Madrid: Delta Producciones.
- Shinin Estrada, B. A. (2019). *Calidad de los servicios de la empresa de Lácteos San Salvador de la ciudad de Riobamba-Ecuador y su impacto en la percepción de los clientes. (tesis pregrado)*. Riobamba - Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Torres Jiménez, N. (2014). *Estudio de las variables que afectan a la satisfacción del cliente. Caso del hotel Vincci Posada del Patio 5\* Málaga. (tesis de pregrado)*. Málaga - España: Universidad de Málaga - Facultad de Turismo.