



FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Industrial

“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA
EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA
EMPRESA DE VENTA DE BIENES CAPITAL LC
BIOCORP S.A.C. LIMA, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:
Ingeniero Industrial

Autores:

Bach. Priscila Celeste Quispe Pajares

Bach. Anibal Mario Villanueva Caceres

Asesor:

Mg. Ing. Percy Sixto Sunohara Ramirez

Lima - Perú

2021

INDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO 1.INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.2. Antecedentes	16
1.3. Bases teóricas	24
1.4. Formulación del problema	36
1.5. Objetivos	37
1.6. Hipótesis.....	38
CAPÍTULO 2.MÉTODO	40
2.1. Tipo de investigación.....	40
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	41
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	44
2.4. Técnicas para el procesamiento de datos	51
CAPÍTULO 3.RESULTADOS.....	53
3.1. Estado inicial de las variables.....	53
3.2. Análisis descriptivo	55
3.3. Prueba de normalidad	67
3.4. Prueba de hipótesis	70
CAPÍTULO 4.DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	78
4.1. Discusión.....	78
4.2. Conclusiones	83
4.3. Recomendaciones.....	83
REFERENCIAS	89
ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Importación FOB, según uso o destino económico y sector, 2013-2019 (Millones de US dólares).....	11
Tabla 2. Análisis de confiabilidad – VI.....	48
Tabla 3. Análisis de confiabilidad – VD	49
Tabla 4. Análisis de Fiabilidad real VS Fiabilidad esperada.....	55
Tabla 5. Análisis de Capacidad de respuesta real VS Capacidad de respuesta esperada.....	56
Tabla 6. Análisis de Seguridad real VS Seguridad esperada.....	57
Tabla 7. Análisis de Empatía real VS Empatía esperada.....	58
Tabla 8. Análisis de Elementos tangibles real VS Elementos tangibles esperado.....	59
Tabla 9. Frecuencia de la variable de Calidad del servicio en la empresa LC Biocorp SAC.....	60
Tabla 10. Análisis de Expectativas del cliente real VS Expectativas del cliente esperado.....	61
Tabla 11. Análisis de Calidad percibida real VS Calidad percibida esperada.....	62
Tabla 12. Análisis de Valor percibido real VS Valor percibido esperada.....	63
Tabla 13. Análisis de Quejas del cliente real VS Quejas del cliente esperado.....	64
Tabla 14. Análisis de Fidelidad del cliente real VS Fidelidad del cliente esperado.....	65
Tabla 15. Frecuencia de la variable de Calidad del servicio en la empresa LC Biocorp SAC.....	66
Tabla 16. Prueba de normalidad de Shapiro Wilk.....	67
Tabla 17. Prueba de Influencia de Regresión Logística Ordinal – Expectativas del cliente.....	71

Tabla 18. Prueba de Influencia de Regresión Logística Ordinal – Calidad percibida.....	72
Tabla 19. Prueba de Influencia de Regresión Logística Ordinal – Valor percibido.....	74
Tabla 20. Prueba de Influencia de Regresión Logística Ordinal – Quejas del cliente.....	75
Tabla 21. Prueba de Influencia de Regresión Logística Ordinal – Fidelidad del cliente.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Análisis de confiabilidad – VI.....	48
Gráfico 2. Análisis de confiabilidad – VD.....	49
Gráfico 3. Resultados de calidad de servicio (Real vs. Estimado).....	60
Gráfico 4. Resultados de Satisfacción del cliente (Real vs. Estimado).....	66

RESUMEN

La satisfacción del cliente es un tema de importancia dentro del marco de ventas de las empresas, es por este motivo que actualmente se vienen aplicando estrategias en la calidad de sus servicios con la finalidad de fidelizar y aumentar el portafolio de clientes. Es por ello que la presente investigación tiene como objetivo determinar si la calidad de servicio influye en la satisfacción del cliente en la empresa de venta de bienes capital LC Biocorp S.A.C. Lima, 2021. Asimismo, el diseño de la investigación fue no experimental y de tipo transversal – correlacional, además de haberse aplicado un procedimiento de encuestas en una muestra de 21 clientes, cabe resaltar que se usó los modelos de medición ServPerf para la variable de Calidad de Servicio y ACSI para la Satisfacción del cliente, mientras que el grado de influencia entre las variables se determinó a través del coeficiente de determinación de Cox y Snell. Finalmente, se determinó que en la empresa LC Biocorp S.A.C. existe una influencia de 88% en el indicador de Cox y Snell, con lo cual se concluyó que la variable de Calidad de servicio se debe de tomar en cuenta como causa para que varíe la satisfacción del cliente.

Palabras clave: Calidad del cliente, satisfacción, modelos de medición, indicador.

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important issue within the sales framework of companies, It is for this reason that strategies are currently being applied in the quality of their services in order to retain and increase the client portfolio. That is why this research aims to determine if the quality of service influences customer satisfaction in the capital goods sales company LC Biocorp S.A.C. Lima, 2021. Likewise, the research design was non-experimental and cross-correlational, in addition to having applied a survey procedure in a sample of 21 clients, it should be noted that the ServPerf measurement models were used for the Service Quality variable and ACSI for Customer Satisfaction, while the degree of influence between the variables was determined through the Cox and Snell coefficient of determination. Finally, it was determined that in the company LC Biocorp S.A.C. exist a 88% influence on the Cox and Snell indicator, with which it was concluded that the Service Quality variable should be taken into account as a cause for customer satisfaction to vary.

Keywords: Customer quality, satisfaction, measurement models, indicator.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Evans, J. & Lindsay, W. (2008). Administración y control de la calidad (7ª ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A.

Bernal C. (2006). Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales (2ª ed.). México: Pearson Educación, S.A.

Summers D. (2006). Administración de la calidad (1ª ed.). España: Pearson educación.

Keith D. (1991). Calidad en el servicio a los clientes (1ª ed.). España: Díaz de Santos, S. A.

Evans, J. & Lindsay, W. (1991). Administración y control de la calidad (1ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Zeithaml V., Parasuraman A. & Berry L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios (2ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Camisón, C., Cruz S. & Gonzales, T. (2006). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas (1ª ed.). España: Pearson educación.

Larrea, P. (1991). Calidad de servicio del marketing a la estrategia (1ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <https://www.rae.es>.

Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio: la conquista del cliente (1ª ed.). España: Editorial McGraw Hill.

Druker, P. (1990). El ejecutivo eficaz (23.a ed.). Argentina: Editorial Sudamericana.

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. y Atencio E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos (14 vol.). Venezuela: playco editores.

Correa, O., Roman N. y Venegas M. (2009). Medición de calidad y satisfacción usuaria en unidades de atención de normalización consultorio adosado de especialidades (PRONCAE) Hospital clínico Herminda Martin de Chillan. (Tesis de Titulación). Universidad del BIO- BIO, Chile.

Mesina P. y Ogeda E. (2016). Determinantes de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Los Ángeles (Tesis de Titulación). Universidad de Concepción, Chile. Recuperado de: [Mesina - Ogeda.pdf \(udec.cl\)](#)

Ros A. (2016). Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual (tesis de doctorado). Universidad católica

san Antonio, España. Recuperado de:
<http://repositorio.ucam.edu/handle/10952/1638>

Huertas E. (2015). Nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en el tópico de medicina del servicio de emergencia del hospital nacional arzobispo Loayza, lima, enero del 2015(tesis de titulación). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Recuperado de: <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4033>

Garcia A. y López B. (2012). La satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness (tesis de titulación). Universidad de Madrid, España.

Jara K. (2017). Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la tienda de bicicletas Trek, Lima – 2017 (tesis de titulación) Universidad Autónoma del Perú, Perú. Recuperado de:
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/670/JARA%20ANTON%2c%20KAREM%20LIZETH.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Cosso F. (2008). Hiper satisfacción del cliente (1ª ed.). México: Panorama Editorial.

Perez V. (2008). Calidad en el servicio al cliente (1ª ed.). España: Editorial vértice.

Fernández S. (2017). Servicios de atención comercial (1ª ed.). España: Ediciones Paraninfo S.A.

Vargas M. y Aldana L. (2007). Calidad y servicio, concepto y herramientas (1ª ed.). Colombia: Ecoe Ediciones.

Pérez V. (2006). Calidad total en la atención al cliente (1ª ed.). España: Ideas propias editorial.

Cottle D. (1991). El servicio centrado en el cliente (1ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos.

Pérez J. (1994). Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente calidad total (2ª ed.). España: ESIC editorial.

Band W. (1994). Creación del valor. La clave de la gestión competitiva: Diseño e implantación de una estrategia global (1ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos.

Varo J. (1994). Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria (2ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos.

Hayes B. (2002). Como medir la satisfacción del cliente (3ª ed.). España: Ediciones 2000 S.A.

Vavra T. (2002). Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000 (2ª ed.). Colombia: FC Editorial.

Ñaupas H. (2014). Metodología de la investigación: Cuantitativa- Cualitativa y redacción de la tesis (3ª ed.). Perú: Ediciones de la U.

Heskett L., Sasser E. y Hart C. (1990). Cambios creativos en servicios (2ª ed.). España: Ediciones Díaz de Santos.

Dutka A. y Silvia A. (2001). Manual de AMA para satisfacción del cliente. Argentina: Ediciones Granica S.A.

Hayes B. (2002). Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios. España: Grupo Planeta (GBS).

Kotler P. (2003). Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales. México: Pearson Educación

Naghi, M. (2005). Metodología de la Investigación. México: Editorial Limusa S.A.

Vargas A. (1995). Estadística descriptiva e inferencial (1ª ed.). España: Compobell, S.A.

Export Entreprises SA (01 de diciembre 2021) Cifras del comercio exterior china. Recuperado de :<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/china/cifras-comercio-exterior>

López D. (1999). Planificación territorial y comercialización turística. España: Publicacions de la Universitat Jaume I. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=BV3otdcRqF4C&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Instituto Nacional de Estadística e Informática (15 de noviembre 2021). Importación FOB, según uso o destino económico y sector, 2013-2019 (Millones de US dólares). Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Carrasco S. (2013). Servicios de atención comercial. España: Ediciones Paraninfo S.A.. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&pg=PA148&dq=La+satisfacci%C3%B3n+del+cliente+est%C3%A1+directamente+relacionada+con+los+conceptos+de+calidad+del+servicio,+de+expectativas+y+de+percepci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiShoKMoeL0AhV1sDEKHRJxB70Q6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=La%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20est%C3%A1%20directamente%20relacionada%20con%20los%20conceptos%20de%20calidad%20del%20servicio%2C%20de%20expectativas%20y%20de%20percepci%C3%B3n&f=false>

Casas E. e Ibarra L. (2014). Aplicación del modelo ServPerf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. 1, 245. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422015000100010&script=sci_abstract

Ongallo C. (2012). La atención al cliente y el servicio postventa. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=wGuKoAIHIBIC&printsec=frontcover&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Castillón, C. y Cochachi, M. (2014). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de El tambo – Huancayo, 2013. Universidad nacional del centro del Perú, Huancayo. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25549/Alarcon%20Solorzano%20Nicole%20Aracelli.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttps://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/3824/Castill%c3%b3n%20Ayll%c3%b3n%20-Cochachi%20Mucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fernández, B. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018 (tesis de licenciatura)*. Universidad Nacional de san Agustín de Arequipa, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7150/ADMfedebg.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

William A. (1993). Creación del valor. La clave de la gestión competitiva: Diseño e implantación de una estrategia global. México: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=FvDx085PF0C&printsec=frontcover&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sanchez P. (1999). Cómo vender satisfacción (Comunicación y atención al cliente). España: EDITEX S.A. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=pz2AwAAQBAJ&pg=PA363&dq=es+aque+que+se+muestra+complacido+y+conforme+con+los+productos+o+servicios+que+recibe,+porque+colman+sus+deseos,+gustos+o+necesidades&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj864ndr-L0AhVTRzABHcJ1AlcQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=es%20aque%20que%20se%20muestra%20complacido%20y%20conforme%20con%20los%20productos%20o%20servicios%20que%20recibe%2C%20porque%20colman%20sus%20deseos%2C%20gustos%20o%20necesidades&f=false>

Leturia F. (2001). Valoración de las Personas Mayores: evaluar para conocer, conocer para intervenir. España: Cáritas Española. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=kS-ODiG5hOUC&printsec=frontcover&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Plaza M. (2002). Modelo para la gestión estratégica de la calidad total: aplicación a la empresa agroalimentaria: aplicación a la empresa agroalimentaria. España: EOI Escuela de Organización Industrial. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=qdb5ZIsqj_4C&printsec=frontcover&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Fornell, claes. (1992) A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002224299205600103>

Setó D. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. España: ESIC Editorial. Recuperado de : https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sarmiento J. (2015). Marketing de relaciones. Aproximación a las relaciones virtuales España: Dykinson. Recuperado de : https://books.google.com.pe/books?id=IGi7CwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de calidad. España: Delta Publicaciones Universitarias.

Esteban, C y Rubio, L (2006). Empresas de intermediación turística y nuevas tecnologías: estudio de calidad del segmento minorista para viajes de ocio. España: Visión Libros. Recuperada de: https://books.google.com.pe/books?id=Z1Y799QwmIkC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vargas, M y Aldana, L (2014). Calidad y servicio: Conceptos y herramientas. Colombia: Universidad de La Sabana. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=p930DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vértice S. L (2008). La calidad en el servicio al cliente. Argentina: Editorial Vértice. Recuperado de : https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Bernall, E. (2013). Bioestadística Básica para Investigadores con SPSS. España: Bubok. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=4ZIpAwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Gómez (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina: Editorial Brujas. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Arias, F (2012). El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración 3ª Edición. Venezuela: Episteme. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=88buBgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Nieto S. y Rodriguez M. (2010). Investigación y evaluación educativa en la sociedad del conocimiento. España: Universidad de Salamanca. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=0OmjkbteDG8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Martel P y Díez F. (2012). Probabilidad y estadística matemática: aplicaciones en la práctica clínica y en la gestión sanitaria. México: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=J12IRXENQ88C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vara A. (2012). 7 pasos para una tesis exitosa desde la idea inicial hasta la sustentación. Perú: a Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>