

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL**

“FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA  
EN PUEBLO LIBRE - LIMA, 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial

**Autores:**

Joel Alberto Castillo Lucero

Sebastian Alexander Columbus Seminario

**Asesor:**

Mg. Cristian Joel Martinez Agama

<https://orcid.org/0000-0001-9622-3724>

Lima - Perú

2026

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	<b>MILTON RICARDO CALDERON PIZANGO</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	<b>IRVING JOSE SANTOS CARRERA</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	<b>RICHARD ALEJANDRO AGUIRRE CAMARENA</b>
	Nombre y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD



Página 2 de 99 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: trnsid::1:3458977438




### 17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

#### Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 12%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 de 99 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: trnsid::1:3458977438

## Índice

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>9</b>
<b>ÍNDICE DE</b>	
<b>FIGURAS.....</b>	<b>10</b>
<b>RESUMEN.....</b>	
	<b>..11</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
1.1.    Realidad problemática.....	13
1.2.    Problema principal.....	17
1.3.    Importancia del estudio.....	18
1.4.    Bases de teóricas.....	18
1.4.1. Factores determinantes.....	18
1.4.2. Calidad de Servicio.....	21
1.4.2.1. Definición de Calidad de Servicio.....	21
1.4.2.2. Ventajas de la calidad de servicio.....	22
1.4.2.3. Modelos de brechas del modelo SERVQUAL.....	22
1.4.2.4. Dimensiones de la calidad de servicio.....	23
1.5.    Pregunta de investigación.....	24

1.6.	Antecedentes.....	24
1.7.	Objetivos.....	24
1.7.1.	El objetivo general.....	29
1.7.2.	Los objetivos específicos.....	29
1.8.	Hipótesis.....	30
1.8.1.	Hipótesis general:.....	30
1.8.2.	Hipótesis específicas:.....	30
1.9.	Justificación.....	31
1.9.1.	Justificación Teórica.....	31
1.9.2.	Justificación Práctica.....	31
1.9.3.	Justificación Metodológica.....	32
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....</b>		<b>32</b>
2.1.	Tipo de investigación.....	32
2.2.	Población.....	33
2.3.	Muestra.....	33
2.4.	Técnicas e instrumento de la investigación.....	34
2.5.	Procedimiento de recolección y análisis de datos.....	36
2.6.	Aspectos éticos.....	37

<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
3. 1. Baremo Escala de Likert.....	38
3.1.1. Baremo Factores Determinantes.....	38
3.1.2. Baremo Calidad De Servicio.....	40
3.2. Fiabilidad de la variable.....	41
3.2.1. Fiabilidad de Factores Determinantes.....	41
3.2.2. Fiabilidad de Calidad de Servicio.....	42
3.3. PRUEBAS DE NORMALIDAD.....	42
3.3.1. Prueba de Normalidad de Factores Determinantes.....	42
3.3.2. Prueba de Normalidad de Calidad de Servicio.....	43
3.4. Correlación de las variables.....	44
3.4.1. Correlación de Hipótesis General.....	44
3.4.2. Correlación de Hipótesis Específicas.....	45
3.4.2.1. ¿Existe relación significativa entre los factores culturales de la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo libre- Lima, 2023?.....	45
3.4.2.2. ¿Existe relación significativa entre los factores sociales de la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo libre- Lima, 2023?.....	46

3.4.2.3. ¿Existe relación significativa entre los factores psicológicos de la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo libre- Lima, 2023?.....	47
3.4.2.4. ¿Existe relación significativa entre los factores personales de la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo libre- Lima, 2023?.....	48
3.4.2.5. ¿Existe relación significativa entre los factores económicos de la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo libre- Lima, 2023?.....	49
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>51</b>
4.1. Implicancias.....	51
4.1.1. Implicancia Teórica.....	51
4.1.2. Implicancia Práctica.....	52
4.1.3. Implicancia Metodológica.....	52
4.2. Limitaciones.....	52
4.3. Discusión.....	52
4.4. CONCLUSIÓN.....	57
4.5. RECOMENDACIONES.....	58
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1: Factores Determinantes.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 2: Calidad de Servicio.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 3: Estadística de fiabilidad en Factores Determinantes .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 4: Estadística de fiabilidad en Calidad de Servicio .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 5: Prueba de Normalidad de Factores Determinantes.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 6: Prueba de Normalidad de Calidad de Servicio.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 7: Correlación de Factores Determinantes y Calidad de Servicio.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 8: Correlación entre Factores Culturales y la Calidad de Servicio.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 9: Correlación entre Factores Sociales y la Calidad de Servicio.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 10: Correlación entre Factores Psicológicos y la Calidad de Servicio.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 11: Correlación entre Factores Personales y la Calidad de Servicio.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 12: Correlación entre Factores Económicos y la Calidad de Servicio.....</b>	<b>41</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1: Factores Determinantes.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 2: Calidad de Servicio.....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 3: Estadística de fiabilidad en Factores Determinantes .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 4: Estadística de fiabilidad en Calidad de Servicio.....</b>	<b>33</b>

## RESUMEN

En el presente estudio de investigación, el objetivo general es determinar la relación entre los factores determinantes del consumidor y la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia en Pueblo Libre – Lima, 2023. La investigación fue de enfoque cuantitativo y de nivel correlacional. La población de referencia estuvo conformada por 98,594 habitantes del distrito de Pueblo Libre, y la muestra estuvo constituida por 123 clientes de las tiendas de conveniencias. seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Como resultado, el análisis de correlación Rho de Spearman arrojó un valor de 0.751, lo que indica un fuerte grado de asociación entre las variables. Asimismo, se observa una significancia bilateral de 0.001, valor menor a 0.05, lo que evidencia que la relación entre los factores determinantes y la calidad de servicio es estadísticamente significativa. Se concluye que existe una relación alta y significativa entre los factores determinantes del consumidor y la calidad de servicio en las tiendas de conveniencia de Pueblo Libre – Lima, 2023, de acuerdo con la percepción de los consumidores.

**PALABRAS CLAVES:** Factores determinantes, Calidad de servicio, Tienda de conveniencia, SERQVUAL.

## ABSTRACT

In the present research study, the general objective is to determine the relationship between consumer determinants and service quality in convenience stores in Pueblo Libre – Lima, 2023. The research was quantitative in approach and correlational in level. The reference population consisted of 98,594 residents of the Pueblo Libre district, and the sample comprised 123 convenience store customers. selected thru non-probability convenience sampling. As a result, Spearman's rho correlation analysis yielded a value of 0.751, indicating a strong degree of association between the variables. Additionally, a two-tailed significance level of 0.001 is observed, which is less than 0.05, indicating that the relationship between the determining factors and service quality is statistically significant. It is concluded that there is a high and significant relationship between consumer determinants and service quality in convenience stores in Pueblo Libre – Lima, 2023, according to consumers' perceptions.

**KEY WORDS:** Determining factors, Service quality, Convenience store, Serqval.

## **NOTA**

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

## Referencias

- Aguirre L. & Serrano M. (2018). *Evaluación de la relación entre la calidad del servicio percibida y la satisfacción del cliente en las cadenas de supermercados del cantón Samborondón*. Guayaquil. Ecuador: Universidad Espíritu Santo. Disponible en: <https://repositorio.uees.edu.ec/items/fb34ccf0-1710-438e-b819-7ea145f639e8>.
- Alaminos, A. (2023). *Introducción a la investigación social mediante encuestas de opinión pública*. Alicante, España: Limencop S.L. Disponible en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/133158/1/Introduccion\\_a\\_la\\_investigacion\\_social\\_mediante\\_encuestas\\_de\\_opinion\\_publica\\_UA.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/133158/1/Introduccion_a_la_investigacion_social_mediante_encuestas_de_opinion_publica_UA.pdf).
- Alvarez A. & Cuaresma E. (2019). *Relación de los riesgos psicosociales con la calidad de servicio de tiendas por departamento Ripley S.A.* Arequipa. Perú: Repositorio Institucional UNSA. Disponible en: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10243>.
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las ciencias*, 3(3), 72-83. Disponible: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/627>.
- Armstrong, G. & Kotler, P. . (2013). *Fundamentos de Marketing (11° Edición)*. Juarez, México.: Pearson Educación. Disponiblen en [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos %20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf) .
- Barrera, K. & Guitérrez, R. (2021). *Calidad de servicio percibida y el precio como factores que determinan la satisfacción del cliente en los supermercados*. [Tesis Licenciatura]. Universidad de Lima, Lima. Perú: Repositorio institucional UL. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12724/15008>.
- Barrera, K. & Gutiérrez, R. (2021). *Calidad de servicio percibida y el precio como factores que determinan la satisfacción del cliente en supermercados*. [Tesis licenciatura]. Universidad de Lima, Lima, Perú.: Repositorio institucional UL. Disponible en: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/15008> .
- Beneke, J., Hayworth, C., Hobson, R. & Mia, Z. (2012). Examining the effect of retail service quality dimensions on customer satisfaction and loyalty: The case of the supermarket

- shopper. *Acta Commercii*, 12 (1), 27 - 43. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/307793745\\_Examining\\_the\\_effect\\_of\\_retail\\_service\\_quality\\_dimensions\\_on\\_customer\\_satisfaction\\_and\\_loyalty\\_The\\_case\\_of\\_the\\_supermarket\\_shopper](https://www.researchgate.net/publication/307793745_Examining_the_effect_of_retail_service_quality_dimensions_on_customer_satisfaction_and_loyalty_The_case_of_the_supermarket_shopper).
- Bitner, M., Ostrom, A. & Morgan, F. (2008). *Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation*. 50(3), 66-94. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/215915405\\_Service\\_Blueprinting\\_A\\_Practical\\_Technique\\_for\\_Service\\_Innovation](https://www.researchgate.net/publication/215915405_Service_Blueprinting_A_Practical_Technique_for_Service_Innovation): California Management Review.
- Borja, J., Monsalve, E. & Bermudez, j. (2019). Percepción de la calidad del servicio prestado por los supermercados tipo hard discount (D1 y Justo & Bueno) en la ciudad de Medellín a partir del modelo Servqual. *Revista CIES*, 10(2), 165-184. Disponible en: <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/267/299>.
- Brenis Castro, D. (2022). LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LAS TIENDAS DE CONVENIENCIAS DN LIMA NORTE, 2022. Repositorio de la Universidad Privada del Norte: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/32775>.
- Bui, K., & Dam, T. (2019). La relación entre la calidad del servicio, la satisfacción, la confianza y la lealtad del cliente: un estudio en las tiendas de conveniencia en Vietnam. *Revista de Investigación Avanzada en Sistemas Dinámicos y de Control*, 11(01), 327-333. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/336128765\\_The\\_Relationship\\_between\\_Service\\_Quality\\_Satisfaction\\_Trust\\_and\\_Customer\\_Loyalty\\_A\\_Study\\_of\\_Convenience\\_Stores\\_in\\_Vietnam](https://www.researchgate.net/publication/336128765_The_Relationship_between_Service_Quality_Satisfaction_Trust_and_Customer_Loyalty_A_Study_of_Convenience_Stores_in_Vietnam).
- Contreras C. & Sánchez A. (2018). *Percepción de la calidad del servicio en tiendas de conveniencia*. Mexico: Víncula Técnica EFAN. Disponible en: <https://doi.org/10.29105/vtga4.1-816>.
- Cuba L. & De La Cruz L. (2019). *Motivación del consumidor en su preferencia por las tiendas de conveniencia en el distrito de Miraflores*. Lima. Perú: Repositorio Institucional UPC. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10757/626344>.

- D., B. (2022). *La calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente para las tiendas de conveniencia en Lima Norte, 2022*. Lima. Perú: Repositorio Institucional UPN. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11537/32775>.
- D., H. (2018). *Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en los mercados de abastos de la ciudad de Trujillo*. Trujillo. Perú: Repositorio Digital Institucional UCV. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31337>.
- Diario Gestión. (14 de Septiembre de 2019). *GESTIÓN*. Obtenido de Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeño: Disponible en: <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Madrid, España.: Ediciones Morata, S. L. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=b5ojEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Gardi V., Venturo C., Faya A., Majo H. (2019). *Calidad de servicio en el supermercado metro de Perú*. Lima. Perú: Innova Research Journal. Disponible en: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1276>.
- Giese, J. & Cote, J. (2000). Definición de satisfacción del consumidor. *Revista de la Academia de Ciencias del Marketing*, 1(1), 1-24. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/235357014\\_Defining\\_Consumer\\_Satisfaction](https://www.researchgate.net/publication/235357014_Defining_Consumer_Satisfaction).
- Guevara, G., Verdesoto, A. & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163–173. Disponible en: [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173).
- Haas S.; Collazos F.; Cruz R.; Esteves A.; Reyes R.; Valdiviezo R.; Herrera C.; Medina C.; Huatay L.; Cevallos B.; Santos D.; Robles J.; Guerrero M. (2023). *plan de accion de seguridad ciudadana pueblo libre*. Lima, Perú: comité distrital de seguridad de pueblo libre. Disponible en: <https://portal.muniplibre.gob.pe/wp-content/uploads/2022/12/PADSC-2023-FINAL.pdf>.

- Hernández P., Lugo J., Ordoñez H. (2022). Calidad del servicio, expectativas del usuario y comunicación efectiva fuentes de satisfacción del usuario. *Ciencia Digital*, 6(3),48-75. Disponible en: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/2289/5647/> .
- Hernández, O., Aguilera, L. & Pinzón, S. (2015). El impacto de las estrategias, colaboración y acuerdos con los proveedores: elementos claves para el rendimiento de la Pyme manufacturera en Aguascalientes, México. *Revista CEA*, 1(2), 15-24. Disponible en: <https://doi.org/10.22430/24223182.141>.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación (sexta edición)*. México, D.F., México.: Mc Graw Hill Education. Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>.
- Londoño, J, & Acevedo, C. (2018). El aprendizaje organizacional (AO) y el desempeño empresarial bajo el enfoque de las capacidades dinámicas de aprendizaje. *Revista CEA*, 4(7), 103-119. Disponible en: <https://doi.org/10.22430/24223182.762>.
- Maisya, K. L., Rahmat, S. T. Y., & Rina, A. (2019). Influencia de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la fidelización de los clientes en los restaurantes de la zona de tangerang. *RJOAS* , 8(92), 1-6. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/335198440\\_INFLUENCE\\_OF\\_SERVICE\\_QUALITY\\_AND\\_CUSTOMER\\_SATISFACTION\\_ON\\_CUSTOMER\\_LOYALTY\\_IN\\_RESTAURANTS\\_OF\\_THE\\_TANGERANG\\_AREA](https://www.researchgate.net/publication/335198440_INFLUENCE_OF_SERVICE_QUALITY_AND_CUSTOMER_SATISFACTION_ON_CUSTOMER_LOYALTY_IN_RESTAURANTS_OF_THE_TANGERANG_AREA).
- Mejías, A., Gutiérrez, H., Duque, D., D'Armas, M., & Cannarozzo, M. (2018). *Gestión de la Calidad Una herramienta para la sostenibilidad organizacional*. Carabobo, Venezuela.: Universidad de Carabobo. Disponibles en: <https://www.ustavillavicencio.edu.co/images/ing-industrial/eventos/gestin-de-la-calidad-mejas-et-al-2018-isbn-978-980-233-724-8.pdf> .

- Mwagi, P. (2014). *Service quality and customer loyalty among supermarkets in Nairobi county*. [Tesis doctorado]. University of Nairobi, Nairobi, Kenia.: Repositorio Institucional UN. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11295/75233>.
- Parasuraman, A., Berry, L. & Zeithaml, V. (1991). Refinamiento y reevaluación de la escala SERVQUAL. *Journal of Retailing*, 67 (4), 420–450. Disponible en: <https://psycnet.apa.org/record/1992-37673-001>.
- Parasuraman, U., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). Serqval: A multiple- Ítem Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple-Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality](https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality).
- Uchofen, J. (2019). *Evaluación de la calidad del servicio en un retail Homecenter utilizando la metodología RSQS (Retail Service Quality Scale)*. [Tesis Licenciatura]. Universidad de Piura, Piura, Perú.: Repositorio institucional Pirhua. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11042/4044>.
- Vargas, L., Rodríguez, A. & Espinoza, J. (2022). Calidad del servicio en los mercados, supermercados y bodegas de la ciudad de Arequipa. *Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales Ñeque*, 5(12), 478-489. Disponible en: [https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/2264/1/Articulo\\_17\\_\\_\\_eque\\_N12V5.pdf](https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/2264/1/Articulo_17___eque_N12V5.pdf).