



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS
VENTAS DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA ABDIEL S.A.C.
TRUJILLO - 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Br. Jeny Lizett Moreno Genovez
Br. Alexander Deyvi Olivares Carbajal

Asesor:

Mg. Jocelyn Ruth Infante Linares

Trujillo - Perú

2019

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	2
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad problemática	8
1.2. Formulación del problema	30
1.3. Objetivos	30
1.4. Hipótesis	31
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	32
2.1. Tipo de investigación	32
2.2. Población y muestra	32
2.2.1. Unidad de estudio.	32
2.2.2. Población.	32
2.2.3. Muestra.	32
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	32
2.3.1. Técnicas:	32
2.3.2. Instrumentos:	33
2.3.3. Métodos:	33
2.4. Procedimiento	34
CAPÍTULO III. RESULTADOS	35
Variable 2: Ventas	49
Prueba de normalidad	51
Prueba de correlación entre variables	52
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	53
4.1. Discusión	53
4.2. Conclusiones Y recomendaciones	57
REFERENCIAS	62
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Calidad de servicio.....	35
Tabla 2 Dimensión evidencias físicas.....	36
Tabla 3 Instalaciones bien equipadas	37
Tabla 4 Presencia (vestimenta) de los trabajadores	38
Tabla 5 Dimensión de fiabilidad.....	39
Tabla 6 Garantías	40
Tabla 7 Confiabilidad en la calidad de los productos.....	41
Tabla 8 Dimensión capacidad de respuesta	42
Tabla 9 Labor de los trabajadores con prontitud	43
Tabla 10 Capacidad de respuesta	44
Tabla 11 Dimensión de empatía	45
Tabla 12 Cortesía de los trabajadores	46
Tabla 13 Voluntad de los trabajadores.....	47
Tabla 14 Interés de los trabajadores	48
Tabla 15 Histórico de ventas.....	49
Tabla 16 Prueba de Normalidad para la variable Calidad del servicio.....	51
Tabla 17 Prueba de Normalidad para la variable Ventas	51
Tabla 18 Correlación entre el Calidad de servicio y Ventas.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable Calidad de servicio	35
Figura 2 Dimensión Evidencias físicas	36
Figura 3 Instalaciones bien equipadas	37
Figura 4 Presencia (vestimenta) de los trabajadores	38
Figura 5 Dimensión Fiabilidad	39
Figura 6 Garantías	40
Figura 7 Confiabilidad en la calidad de los productos.....	41
Figura 8 Dimensión Capacidad de respuesta	42
Figura 9 Labor de los trabajadores con prontitud	43
Figura 10 Capacidad de respuesta.....	44
Figura 11 Dimensión Empatía.....	45
Figura 12 Cortesía de los trabajadores	46
Figura 13 Voluntad de los trabajadores	47
Figura 14 Interés de los trabajadores	48
Figura 15 Histórico de ventas.....	50

RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito determinar de qué manera influye la Calidad de Servicio en las Ventas de la empresa Distribuidora Abdiel S.A.C. Trujillo. Para ellos se usó una metodología descriptiva, se describió las dimensiones de las variables y aplicó dos cuestionarios validados, presentando a la población de Trujillo como clientes activos de esta empresa. Una vez obtenida la información, se procesaron los datos mediante el SPSS para ofrecer análisis estadístico descriptivo de la información obtenida. Los resultados, denotaron que el nivel de influencia que existe entre la Calidad de servicio sobre las Ventas de la empresa Distribuidora Abdiel S.A.C es significativa (coeficiente de correlación 0.863), dado que el fortalecimiento de uno va a indicar una mejora considerable en el otro, por lo que se concluye que la Calidad de servicio influye en las Ventas lo cual permite tomar la mejor decisión para el correcto desarrollo de la empresa abriéndose camino al éxito.

Palabras clave: Calidad, servicio, ventas, estrategia.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine how the Quality of Service influences the Sales of the company Distributor Abdiel S.A.C. Trujillo for them, a descriptive methodology was used, the dimensions of the variables were described and two validated questionnaires were applied, presenting the Trujillo population as active clients of this company. Once the information was obtained, the data was processed through the SPSS to provide descriptive statistical analysis of the information obtained. The results showed that the level of influence that exists between the Quality of service over the Sales of the Abdiel S.A.C. Distributor company is significant (correlation coefficient 0.863), given that the strengthening of one will indicate a considerable improvement in the other, so it is concluded that the Quality of service influences the Sales which allows to take the best decision for the correct development of the company opening the way to success.

Keywords: Quality, service, sales, strategy.

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS

- Aquino Morfin, B. (12 de Marzo de 2014). *La importancia de las ventas en las empresas*.
Obtenido de gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-ventas-en-las-empresas/>
- Barcenas Garcia, D. S. (2014). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, Caso: Lan Perú - Aeropuerto Piura*. . Piura: Universidad Navional de Piura.
- Calabuig Moreno, F., Núñez Pomar, J., & Molina García, N. (2012). *Una aplicación inicial del modelo tridimensional de calidad de servicio en centros deportivos privados*.
Valencia: Universidad de Valencia.
- Cano, E. (22 de Abril de 2015). *La calidad del servicio, clave para recomendar una marca de coches*. Obtenido de abc.es: www.abc.es/motor-reportajes/20150422/abci-calidad-servicio-clave-recomendar-201504211610.html
- Carvajal , A., Leguina, A., & Espinoza, Z. (2013). *Factores determinantes en la percepcion de la imagen y calidad de servicio y sus efectos en la satisfaccion del cliente. Un caso aplicado a la banca chilena*. Santiago de Chile: Universidad del Zulia.
- Del Rio, J. (19 de Diciembre de 2016). *lanacion.com*. Obtenido de Aranguren: "Sin tarifas acordadas, no habra calidad de servicio": www.lanacion.com.ar/1968380-juan-jose-aranguren-sin-recomposicion-de-tarifas-no-habra-calidad-del-servicio
- Horna Lujan, C. A. (2014). *Calidad del servicio y su influencia en las ventas de los transportistas "CETIPALL" Y "UNIFICADOS" de Casa Grande del terminal terrestre Santa Cruz Trujillo-2014*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Larrea, P. (1991). *Calidad del servicio del marketing a la estrategia*. Madrid: Diaz de Santos.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios Personal, Tecnología y Estrategia – Integración de Calidad de Servicio y Productividad*". Mexico: Pearson Educacion.
- Moreno, R. (2006). *Marketing*.

- Morillo Moreno, M. C., Morillo Moreno, M., & Rivas Olivo, D. E. (2011). *Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala de Servqual*. Mérida: Universidad de Los Andes.
- Navas Ara, M. (2001). *Metodos, Diseños y Tecnicas de investigacion Psicologica*. Madrid: Uned.
- Paan, C. (6 de Junio de 2016). *Una buena atención hace que las ventas crezcan un 30%*. Obtenido de elcomercio.pe: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/buena-atencion-ventas-crezcan-30-216951>
- Pizzo, M. (2013). *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple*.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiova - Posicionamiento de Servicios en Mexico*: Continental SA.
- Regalado Pezúa, O. (28 de 01 de 2015). *El impacto del buen servicio*. Obtenido de Gestion.pe: <https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2015/01/el-impacto-del-buen-servicio.html>
- Romero, R. (2006). *Marketing*.
- Setó, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*.
- Vela, R. y Zvaleta, L. (2014).). *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). *The behavioral consequences of service quality*.