



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA EBABY DE LA CIUDAD DE LIMA - 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Maria Fernanda Castillo Sevillano

Marielly del Pilar Montañez Huamanchumo

Asesora:

Dra. Ena Cecilia Obando Peralta

Trujillo - Perú

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios y a la virgen, por darme salud, tranquilidad y sabiduría durante todo el periodo de estudio. A mis padres Luz y Miguel, los motores de mí día a día, que son los que me alientan a salir adelante siempre. A mis hermanos por el apoyo que me brindaron durante mi etapa universitaria. A mis demás familiares y amigos que con sus palabras alentadoras y demás consejos durante todo mi periodo universitario hacían que de lo mejor de mí y logre culminar mi meta con éxito.

María Fernanda Castillo Sevillano

Este trabajo de investigación se la dedico en primer lugar a Dios, por brindarme la sabiduría adecuada para poder culminar satisfactoriamente mi ciclo universitario, a mis padres Jhonny y Mariella por todo el esfuerzo y sacrificio que hicieron para poder ofrecerme la oportunidad de tener una carrera universitaria, por ser mi apoyo incondicional en cada momento difícil y sobre todo por su comprensión y amor brindado.

Marielly Del Pilar Montañez Huamanchumo

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios y a la virgen, por darme la fortaleza y convicción para elegir la carrera que me apasiona, y por haberme permitido conocer a muy valiosas personas que formaron parte de mi camino durante estos años de estudio.

Quiero agradecer a toda mi familia por acompañarme en todo este camino y por guiarme a través de sus ejemplos. Ustedes son mi mayor motivo, gracias mamá y papá por siempre creen en mí.

Agradezco a mi asesor de tesis, Dra. Ena Cecilia Obando Peralta, por apoyarme desde el primer día y poner a disposición toda su capacidad y experiencia académica para que la presente investigación sea muy completa; sus conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo de la presente tesis, muy agradecida con usted.

Agradezco también, a toda la Plana Docente de la carrera Administración y Negocios Internacionales; por llenarme de valores humanos y conocimientos que a través de sus enseñanzas innovadoras han logrado una excelente formación profesional en mi persona.

Maria Fernanda Castillo Sevillano

Agradezco principalmente a Dios por ser guía en mi vida.

Agradecer también a mi familia por el apoyo brindado en cada etapa de mi vida y sobre todo por su esfuerzo para mi formación profesional.

Agradezco a todos mis docentes de la Facultad de Negocios que contribuyeron con sus enseñanzas para mi formación profesional. Sobre todo, a mi asesora de tesis, Dra. Ena Cecilia Obando Peralta, por el tiempo y esfuerzo que nos brindó desde el inicio del taller para poder culminar satisfactoriamente nuestro proyecto de investigación.

Por último, agradezco a cada persona que directamente son responsables con su apoyo para la realización y culminación de este trabajo de investigación.

Marielly Del Pilar Montañez Huamanchumo.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
INDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. Realidad problemática.....	8
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Objetivos	14
1.3.1. Objetivo general	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Hipótesis.....	14
1.4.1. Hipótesis general	14
1.4.2. Hipótesis específicas	14
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	15
2.1 Tipo de investigación	15
2.1.1. Enfoque.....	15
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	16
2.2.1.Población.....	16
2.2.2.Muestra.....	16
2.2.3.Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	17
2.2.3.1.Métodos	17
D. Procedimiento.....	18
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	22
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	25
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS.....	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla de escala de medición de la encuesta Calidad de Servicio.....	16
Tabla de escala de medición de la encuesta Satisfacción del cliente	16
Matriz de consistencia	39
Matriz de operacionalización.....	41
Matriz de instrumentos.....	43

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Página web de la empresa Ebaby	45
Figura 2: Validaciones de instrumentos.....	46

RESUMEN

Los cambios del mercado conllevan una orientación cada vez más predominante hacia el cliente, conducen a las organizaciones a resaltar la importancia del servicio prestado, y a considerar la calidad de servicio como el valor agregado que se le ofrece al consumidor, siendo esto cada vez más exigente; el cual busca aquel producto o servicio que puede satisfacer de una forma más óptima sus necesidades, brindándole mejores resultados. La presente investigación tiene como objetivo principal el dar a conocer qué relación existe entre las variables relacionadas con el desarrollo de las organizaciones, estas variables son la calidad del servicio y satisfacción del cliente para el logro de metas en una empresa. Para determinar la relación de las variables se aplicaron dos encuestas a los clientes de la empresa importadora Ebaby de 10 preguntas cada una la cual tiene teniendo en cuenta la escala Likert, la cual fue validada por expertos y da una confiabilidad según el alfa de Cronbach de 0.935 para calidad de servicio y 0.908 para satisfacción del cliente. La investigación cuenta con una tipología correlacional debido a que se busca el grado de relación de dos variables. Así también cuenta con un diseño no experimental y de corte transversal ya que no se manipulan variables y se recolectan datos en un tiempo determinado. Asimismo, presenta un enfoque cuantitativo que permitirá proyectar resultados que determinen la relación entre variables. Para medirla correlación entre las dos variables mencionadas, se utilizó la correlación de Pearson, determinando que existe una correlación significativa de 0.94 entre la calidad del servicio y la satisfacción de sus clientes.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del cliente

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Toda empresa necesita crecer y desarrollarse dentro de un mercado existente altamente competitivo; por lo tanto, para lograr este objetivo, tiene que estar preparada para brindar un servicio de calidad que logre satisfacer al cliente (Vargas y Aldana, 2015).

La calidad del servicio al cliente se ha convertido en los últimos años en la principal estrategia de diferenciación entre las organizaciones de clase mundial. (Vargas y Aldana, 2015), afirman que es muy difícil establecer líneas de fronteras entre la calidad y el servicio, es decir; no hay una línea que los divida.

Hoy en día la calidad del servicio es un aspecto necesariamente importante que marca el nivel de satisfacción que pueda llegar a tener o no un cliente respecto al servicio que le fue brindado, la cual hoy en día es una necesidad casi impostergable para muchas empresas.

Es por ello, que, ante el lento crecimiento de la mayoría de los mercados y la fuerte competencia existente, las empresas buscarán como objetivo estratégico la fidelización de sus clientes convirtiéndose en la columna vertebral de los negocios. (Gremier y Brown, 1996).

Victor Quijano (2004), afirma que la calidad de servicio es el cumplimiento de compromisos que ofrecen las empresas con sus clientes, el cual es medido en tiempo, que refiere a la espera del cliente, y en calidad que refiere a las condiciones pactadas.

En la actualidad, el consumo de artículos para bebés está en crecimiento, ya sea mediante tiendas físicas o ventas online mediante una página web, como es el caso

de la empresa Ebaby. Estas empresas mantienen problemas con respecto a la calidad de servicio, ya que la calidad que ofrecen a su público objetivo les permitirá distinguirse de los demás, sin embargo, eso conlleva a que muchas empresas estén en constante competencia por obtener clientes satisfechos y de esta manera cumplir con sus expectativas.

Zeithaml y Bitner, se refieren a la satisfacción como la valoración que practican los clientes sobre un producto o servicio cuando estos concluyen la meta de cubrir las necesidades de los clientes y por consecuencia cubrir sus expectativas frente al servicio brindado por parte de la empresa.

Por tal motivo, cuando no se logra cumplir con la meta esperada por parte de la empresa, mediante sus productos o la comunicación de colaborador-cliente, además del incumplimiento de expectativas, se genera una insatisfacción. Es por ello, que muchas empresas tienen como objetivo principal alcanzar el nivel más alto en cuanto a satisfacción del cliente, puesto que mediante sus compras generan un beneficio y un crecimiento de la empresa.

Las ventas mediante en el comercio electrónico en el Perú llegaron a los USD 6 mil millones en 2020, lo que representó un aumento del 50% respecto al 2019. Sorprendentemente, antes del COVID-19 el aumento esperado de ventas en comercio electrónico en Perú se estimaba en un 30%. De hecho, el reporte de la CAPECE menciona que el impacto del COVID-19 “ha acelerado el comercio electrónico en 5 años en solo 3 meses, incluso entrando categorías que no tenían participación en el sector”.

Es así, como (Peralta, 2019, p.47), en la tesis “Análisis de la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa importadora de pantallas LED gigantes, Mega Display EIRL, en el año 2019” publicada por la Universidad

Privada del Norte de Trujillo – Perú encontró relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio en los clientes de la empresa importadora de pantallas LED gigantes Mega Display EIRL. La muestra que estuvo conformada por 30 clientes determinó que la calidad de servicio es un valor altamente significativo y determinante al medir la satisfacción del cliente.

Acercándonos un poco más al ecommerce, la satisfacción del cliente no es un concepto nuevo en este rubro ya que toda empresa sabe o entiende que la satisfacción del cliente es la clave principal para que un negocio pueda crecer y como bien saben todos los dueños de tiendas online, mejorar la satisfacción del cliente en un ecommerce es fundamental para que el negocio mantenga un buen estado para hacer crecer los ingresos y fidelizar a los compradores.

(Rivera, 2019, p.131), en la tesis “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, publicada por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador. Concluye que, aplicando el modelo teórico SERVQUAL, cuya herramienta estadística confiable permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes.

(Lascurain, 2012, p.85), en la tesis “Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica interrumpida”, publicada por la Universidad Iberoamericana – México. Concluye que, mientras el flujo de comunicación no sea el adecuado y no se realice en todos los sentidos, facilitando el desarrollo de un paquete de servicios para brindarle al cliente, no se obtendrán resultados que ayuden a mejorar la satisfacción del cliente, y por lo tanto la lealtad de los mismos.

Marín, 2017, p. 58), en la tesis “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “San Roque” de la ciudad de Huánuco – 2017”, publicada por la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Concluye que, la capacidad de respuesta si se relaciona sustancialmente con la satisfacción del cliente de la veterinaria, lo cual permite el crecimiento integral de la misma, además esto genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para la satisfacción del cliente.

(Flores, 2018, p. 87), en la tesis “Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de transporte Huapaya s.a. – 2018”, publicada por la universidad Autónoma del Perú. Concluye que, la empresa desarrolle el proceso de mejora continua a través de la metodología Kaizen (las 5S), el cual permitirá mejorar su servicio y elevar el nivel de satisfacción de los clientes.

(García, 2019, p.42), en la tesis “Implementación del ciclo de la calidad para aumentar la satisfacción de los clientes en el área de postventa en la empresa Autoshop Perú S.A.C.-Trujillo 2019”, publicada por la universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI. Concluye que, la implementación del ciclo de calidad se logra el aumento de la satisfacción del cliente, como lo es el planificar, hacer, verificar y actuar.

(Álvarez, 2019, p. 62), en la tesis “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018”. Publicada por la universidad Tecnológica del Perú. Concluye que, se debe implementar el decálogo de atención estandarizado que ayude a optimizar los resultados planteados.

(Vela y Zavaleta, 2018, p. 64); desarrollaron la tesis: “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas 23 Claro Tottus -

Mall, De La Ciudad De Trujillo” en el 2014; planteando como objetivo establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall, de la ciudad de Trujillo. El estudio se planteó desde el enfoque cuantitativo bajo el diseño correlacional, con una población estuvo constituida por 600 clientes de las tiendas de cadenas Claro y Tottus. El estudio llegó a la conclusión de que la calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas.

Es así, como los continuos cambios que se vienen dando en el mercado peruano, ha ido retando a todas las empresas y es así como la oportunidad de las empresas peruanas, está en seguir distinguiéndose por productos de calidad, diseños modernos y productos destinados a un público más selecto.

Vargas (2014) afirman que la calidad es un factor de progreso, por cuanto a ella lleva buscar la perfección, por lo que la calidad desarrolla estrategias que orientan al cliente, crea alianzas y redes de desarrollo productivo eficaz, ágil y flexible.

Es así como la empresa Ebaby dedicada a la comercialización de productos para bebés, la cual alberga a más de 100 colaboradores y la respaldan más de 20 años de experiencia en el mercado se ha visto en la necesidad de ir adaptándose a los cambios constantes del mercado e incorporar herramientas que faciliten la compra y satisfaga las necesidades de sus clientes manteniendo su calidad de su servicio. Ebaby satisface el mercado nacional e internacional, actualmente están presentes en Perú, Estados Unidos, Colombia, Ecuador y Chile brindado productos modernos de alta calidad, guiándonos siempre de las nuevas tendencias internacionales.

La empresa tiene como misión comercializar y distribuimos artículos de bebés a nivel nacional, de alta calidad, satisfaciendo las necesidades y exigencias de nuestros clientes. Asimismo, tiene como visión ser reconocidos como la marca líder a nivel nacional en el rubro de bebés por la calidad en nuestros productos y la constante modernización de nuestros modelos, sentando bases en la calidad y las recientes tendencias año con año.

Es por ello, que, muchas empresas se esfuerzan en satisfacer a sus clientes y tratan de generar relaciones a largo plazo a través del enfoque relacional, ya que la captación y la conservación del cliente, se han convertido en una clave fundamental del éxito en una empresa. En las ventas online no es fácil crear una relación sostenible mediante una comunicación online y además la satisfacción del cliente se hace más compleja que en un entorno offline, dado que la tecnología va a ser una de las principales fuerzas modeladoras de las relaciones entre proveedor-cliente, resultando de gran interés investigar qué relación va a tener el internet sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Esto con lleva a que la empresa Ebaby tenga claro la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Motivo de nuestra investigación; para lo cual proponemos el siguiente problema:

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima - 2021.
- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima - 2021.
- Determinar el nivel de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima - 2021.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H₁, Existe una relación positiva alta entre calidad de servicio y satisfacción de cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021.

H₀, Existe una relación negativa baja entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021.

1.4.2. Hipótesis específicas

- El nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima es alta – Lima 2021.
- El nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima es alta – Lima 2021.

- La correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima es positiva alta – Lima 2021.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque

El enfoque considerado para esta investigación es el cuantitativo, el cual según Sampieri (2004), afirma que este enfoque se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. Por tanto, esta investigación tiene este enfoque porque describimos la problemática de la empresa Ebaby, basada en la calidad de servicio y la satisfacción de sus clientes.

2.1.2. Diseño

La presente investigación es de diseño no experimental, puesto que según Camira y Cartalla (2019), en este diseño no se ejerce control sobre las variables, sino que se observa el desarrollo de las situaciones y en virtud de un análisis riguroso se intenta extraer explicaciones de cierta validez. Asimismo esta investigación presenta un corte transversal, debido a que se recolectan datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente en el que se desarrollan. (Sampieri, 2003).

2.1.3 Tipo

Esta investigación es de tipo correlacional, puesto que según Sampieri (2010), la finalidad de este tipo de investigación es conocer la relación o grado de asociación

que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. (p.85).

Por lo tanto, esta investigación es descriptiva ya que describe la realidad problemática en la empresa Ebaby de acuerdo a la satisfacción de sus clientes, además de identificar el grado de relación que existe las dos variables, calidad de servicio y satisfacción de la empresa.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población:

Palella y Martins (2008), definen a la población como un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones. (p.83).

La población de la presente investigación está conformada por 60 clientes de la empresa Ebaby del mes de Agosto.

2.2.2. Muestra:

Según Balestrini (2008), define a la muestra como una parte o subconjunto de la población" (p.130).

Con la finalidad de poder determinar la muestra emplearemos el método no probabilístico que consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador, aplicando la fórmula de la muestra de población finita, dio como resultado 58; sin embargo, al no diferenciarse del total de la población, se consideró tomar a los 60 clientes de la empresa Ebaby.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

e	0.03
N	60
Z=98%	2.33
p	0.5
q	0.5
n	57.74
	58

a. Criterios técnicos:

- Clientes que no respondieron las llamadas para programar el envío de la encuesta. (11 clientes).
- Clientes que contestaron la llamada, pero no autorizaron la recepción de la encuesta por desconfianza. (5 clientes).
- Clientes que, al llenar la base de datos, ingresaron números telefónicos inválidos. (8 clientes).

2.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.2.3.1. Métodos

A. Método deductivo

Por medio del presente método se obtendrá conocimiento acerca de la satisfacción de los clientes y la calidad del servicio brindado por parte de la empresa Ebaby.

B. Técnicas

Según Tamayo (2008), considera a la encuesta como aquella que permite dar respuestas a problemas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

La técnica que se empleó para la recolección de datos de esta investigación es:

La técnica de la encuesta con la aplicación de un cuestionario ya que mediante esta se permitirá obtener y elaborar datos de una forma más eficaz. Este cuestionario está basado en: la seguridad, precio, servicio esperado, confiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, dirigido a los clientes de la empresa Ebaby.

C. Instrumentos

Según Hernández (1991), considera que los instrumentos sirven para recoger los datos de la investigación.

Para el recojo de información en el presente estudio se utilizó:

Un cuestionario de preguntas de escala Likert, dirigido a 60 clientes, sobre la calidad y la satisfacción del servicio de la empresa Ebaby.

Se realizó la validación a los docentes: María Soledad Rodríguez, José Roberto Huamán Tuesta y Aldo Cotrina Villar.

D. Procedimiento

En el presente estudio se utilizó un instrumento. El instrumento fue un cuestionario con 5 opciones de respuesta de la escala de Likert, con la finalidad de recoger información acerca de la dimensión de calidad de servicio y satisfacción del cliente, aplicándolo a 60 clientes de la empresa Ebaby de la ciudad de Lima.

Tabla 1.

Escala de medición de la encuesta de Calidad de Servicio de la empresa Ebaby.

Escala	Respuesta
TA	Totalmente de acuerdo
A	De Acuerdo
I	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
D	En Desacuerdo

TD	Totalmente en desacuerdo
Fuente:	Responsables de la investigación

Tabla 2.

Escala de medición de la encuesta de Satisfacción del Cliente de la empresa Ebaby

Escala	Respuesta
TA	Muy satisfecho
A	Satisfecho
I	Neutro
D	Insatisfecho
TD	Muy insatisfecho
Fuente:	Responsables de la investigación

E. Validez y confiabilidad de la información

Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos se utilizó la opinión y el visto bueno de los expertos en el tema de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de nuestra casa superior de estudios sede Trujillo. Es así que se cuenta con la validez de los docentes: Huamán Tuesta José Roberto, Cotrina Villar Aldo y María Soledad Rodríguez.

Por otro lado, se aplicó el Alfa de Cronbach para las dos encuestas, dando como resultado, a la encuesta de Satisfacción del Cliente 0.862 y en la encuesta de Calidad de Servicio 0.935, considerándose en ambas encuestas una alta confiabilidad al aplicar los instrumentos.

VARIABLE: SATISFACCION DEL CLIENTE

Tabla n°03: Resumen de procesamientos de casos de la variable Satisfacción del Cliente de la empresa importadora Ebaby.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	36	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla n°04: Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción del Cliente de la empresa importadora Ebaby

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,862	10

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

Tabla n°05: Resumen de procesamientos de casos de la variable Calidad de Servicio de la empresa importadora Ebaby.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	36	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	36	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla n°06: Alfa de Cronbach de la variable Calidad de Servicio de la empresa importadora Ebaby.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,935	,937	10

F. Para analizar la información

Después de haber aplicado el instrumento, se procedió a organizar la información en Excel lo cual permitió elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones de nuestra tesis basada en la empresa Ebaby. Para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2016.

G. Aspectos éticos de la investigación

Se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en la presente investigación, además contamos con la autorización de la empresa Ebaby para el manejo y recolección de información necesario que nos ayuden en fines académicos, basándonos en el método científico, sin dejar de lado los valores que un investigador debe observar, todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

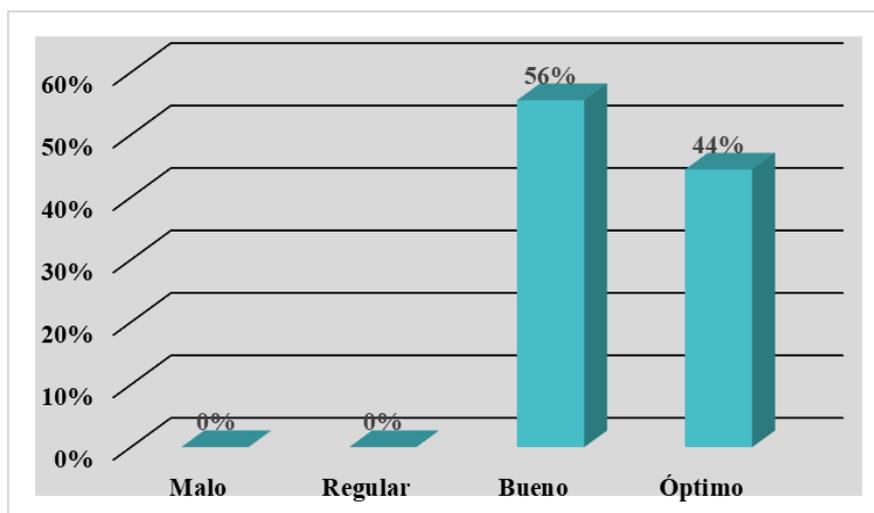
Objetivo n° 01. Identificar el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021

Tabla n°07: Nivel de Calidad de la empresa importadora Ebaby.

Tabla n°07: Nivel de Calidad

Nivel de Calidad	N	%
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Bueno	20	56%
Óptimo	16	44%
Total	36	100%

Gráfico n°01: Nivel de Calidad de Servicio de la empresa importadora Ebaby.



Interpretación:

El nivel de calidad de servicio de la empresa Ebaby, es considerado “bueno”, ya que el 56% de los clientes reflejaron este resultado mediante la encuesta. Además, se determinó que el 44% de los clientes indican haber obtenido una óptima calidad de servicio por parte de la empresa.

Fuente: Anexo n°01

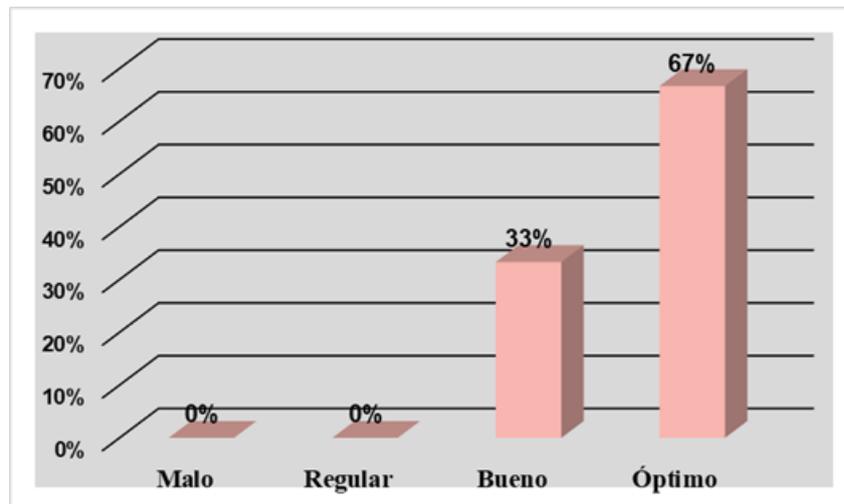
Elaboración: Propia

Objetivo n°02. Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima– 2021.

Tabla n°08: Nivel de Satisfacción del Cliente

Nivel de Satisfacción	N	%
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Bueno	12	33%
Óptimo	24	67%
Total	36	100%

Gráfico n°02: Nivel de Satisfacción del Cliente de la empresa importadora Ebaby.



Interpretación:

El nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Ebaby, es “óptimo”, ya que el 67% de los clientes respaldan esta premisa a través de la encuesta. Además, se determinó que el 33% de los clientes indican haber obtenido un buen nivel de satisfacción por parte de la empresa.

Fuente: Anexo n°01

Elaboración: Propia

Objetivo 3: Determinar el nivel de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima - 2021.

Tabla n°09: Correlación entre las dos variables, calidad de servicio y satisfacción del cliente

Correlaciones			
		SATISFACCION	CALIDAD
SATISFACCION	Correlación de Pearson	1	-,029
	Sig. (bilateral)		,867
	N	36	36
CALIDAD	Correlación de Pearson	-,029	1
	Sig. (bilateral)	,867	
	N	36	36

Se determinó el nivel de correlación de las variables, calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby en la herramienta SSPSS 25, desarrollando el coeficiente de correlación Pearson es de -0.29, mientras que el nivel de significancia es de 0.867. Este resultado nos indica que las variables cuentan con un nivel de correlación negativa baja.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Objetivo n°01. Identificar el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.

En el primer objetivo específico se planteó medir el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021, encontrándose que el 56% de los clientes consideran que la empresa Ebaby brinda un servicio de calidad, de nivel bueno (gráfico n°01) y nivel óptimo con un 44%, ya que mencionan que el servicio se adapta a sus necesidades (gráfico n°03), cuentan con un personal dispuesto a ayudar al cliente; teniendo un trato considerado y amable hacia ellos al momento del despacho de la compra.

Es así como lo expuesto, coincide con Joaquín (2015), el cual resalta a la calidad de servicio en su campo de estudio como una variable que genera sostenibilidad a la institución debido a la buena atención presentada en todas sus dimensiones de la investigación.

Este hallazgo es similar a los resultados de Pérez y Villalobos, en su artículo “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa pollería mi triunfo Chiclayo” en el año 2016, en el cual recomienda al modelo SERVQUAL a la hora de medir la satisfacción de sus clientes, ya que hoy en día, los consumidores son más exigentes, y para cubrir sus expectativas, es necesario saber que es lo que ellos desean y cual es el nivel de calidad que se les ofrece.

Objetivo n°02. Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.

El segundo objetivo se planteó para medir el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021, encontrándose que el 33% de los clientes cuentan con un nivel bueno ya que se sienten satisfechos con lo ofrecido por parte de la empresa Ebaby, además el 67% cuentan con un nivel óptimo.

Los resultados obtenidos en el gráfico n°14, nos muestra que existe un grado alto de satisfacción, con el servicio que ofrece la empresa Ebaby a sus clientes cuando realizan compras mediante la página web (gráfico n°16), esto se debe a que los clientes se sienten seguros con la información que la empresa les brinda respecto a sus productos, así como también con la calidad y precio con los que cuentan; ya que la satisfacción es una respuesta emocional del cliente ante la experiencia y la relación que mantiene con el colaborador durante la compra.

Este hallazgo es similar a lo mencionado por Arancibia, Leguina, & Espinosa (2013), pues indican la importancia que conlleva mantener una plataforma web ya que genera una gran fuente de influencia, generándose un alto grado de satisfacción y expectativas positivas para la empresa. Además, el manejar ventas mediante página web, atrae a muchos futuros clientes pues, es visiblemente atractivo.

Objetivo n°03. Determinar el nivel de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima - 2021.

Para poder determinar el grado de correlación entre las variables de satisfacción del cliente y calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby, se realizó el coeficiente de correlación de Pearson en la herramienta SPSS, donde se obtuvo un -0.29 , dándonos como respuesta que existe una correlación inversa entre ambas variables.

Este resultado, se contrasta con el informe de análisis de la Calidad de Servicio, Satisfacción, Lealtad y Resolución de problemas en la adquisición de billetes de Transporte y reservas de alojamientos a través de Internet, en el cual se determinó que la entrega de calidad de servicio superior tiene un impacto positivo sobre la actitud deseada, el comportamiento del consumidor y sobre la rentabilidad del consumidor.

Asimismo, mediante una evaluación de calidad de servicio de comercio electrónico, se identificó que solo existe una interacción con la organización a través de la tecnología, ya que es difícil crear una relación sostenible y en consecuencia la satisfacción y retención de los clientes es más compleja. Dando paso así, a que la tecnología sea una de las principales fuerzas modeladoras de la relación entre proveedor- cliente, buscando de esta manera poder examinar que impacto tendrá el internet sobre la tradicional cadena calidad de servicio – satisfacción.

4.2 Conclusiones

- Ebaby es una empresa importadora de artículos para bebés, con muchos años en el mercado, lo cual ha generado que su estrategia de venta se base en la calidad del servicio, reflejándose en brindar un servicio óptimo, que se adapta a las necesidades del cliente, además de contar con un personal calificado dispuesto a resolver las necesidades del cliente. Asimismo, invierte para ofrecer productos de alta calidad, generando una buena experiencia con el consumidor. Con respecto al nivel de la calidad del servicio de la empresa importadora Ebaby, esta cuenta con un 56% de nivel bueno y 44% de nivel óptimo. La empresa va más allá de generar una compra, ya que busca fidelizar a sus clientes, a través de promociones y de una asistencia virtual que acompañe en todo el proceso de compra al cliente. Sin embargo, la calidad de servicio electrónico se caracteriza por la falta de contacto humano, por ende, los instrumentos de medición desarrollados para medir la calidad de servicio tradicional pueden no resultar totalmente útiles para evaluar la calidad de un servicio electrónico.

- El nivel de satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby cuenta con un 67% de nivel óptimo y 33% de nivel bueno; lo que ha conllevado que se posicione dentro del rubro de artículos para bebés, gracias a que mantiene una plataforma web atractiva para los consumidores y un precio adecuado dentro del mercado.

Por otro lado, la empresa ha venido recibiendo sugerencias y observaciones con respecto a la capacidad de respuesta que ofrece la página web, ya que la atención online que manejan no ha sido la esperada por parte de los clientes y esto se debe a consecuencia de la implementación de un sistema de respuestas automáticas para tener una mejor comunicación entre cliente- colaborador.

- El objetivo de nuestra investigación fue determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby. Los resultados obtenidos demuestran que, existe una relación negativa baja, entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de Pearson de -0.29 . Este resultado demuestra que, las empresas que ofrecen su servicio mediante una página web buscan obtener un nivel de calidad óptimo, el cual se traduce en altos niveles de satisfacción del servicio recibido y, un cierto grado de lealtad hacia la página web. No obstante, la empresa Ebaby cuenta con un sistema de servicio de atención al cliente, en el cual se pueden hacer las consultas necesarias para la realización de la compra, sin embargo, este servicio es de respuestas automáticas, el cual no tiene la capacidad de ofrecer una respuesta adecuada y la rapidez en la resolución de problemas, como lo tiene la atención tradicional, limitando así que el cliente se sienta satisfecho en su totalidad con el servicio brindado.

REFERENCIAS

Tesis

Cotrina (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante*

eco turístico el Catamarán Chapén, Huabal-2019. Recuperado de :

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53791/B_Cotrina_SRE-B_Nu%C3%B1ez_VEY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lascurain (2012). *Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de*

una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida. Recuperado

de: <http://ri.iberomexico.mx/handle/iberomexico/561>

Borunda (2017). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente*

en la veterinaria “San Roque” de la ciudad de Huánuco. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2853>

Vargas (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa de*

transporte Huapaya S.A. Recuperado de:

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/711>

Álvarez (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los*

clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018”. Recuperado de:

http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/2303/1/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf

Rivera (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa*

consorcio Fredy. Recuperado de:

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/826/1/Rivera%20Garcia%2c%20Jenny%20Jhoselyn.pdf>

Hermoza (2015). *"Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gecidsa de Sullana 2015"*. Recuperado de:

<https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/279/ADM-HER-MUN-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivera (2019). *"La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador"*. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>

Peralta (2019). *Análisis de la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa importadora de pantallas LED gigantes, Mega Display EIRL*. Recuperado de:

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23585/Peralta%20Manche%20Rodrigo%20Alexander%20-%20Parcial.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Gonzales (2019). *Implementación del ciclo de la calidad para aumentar la satisfacción de los clientes en el área de postventa en la empresa Autoshop – Perú S.A.C. – Trujillo*. Recuperado de:

<https://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/63>

Vela (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*.

Recuperado de: <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/349>.

Artículos

Dos Santos, M. (2016). *Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén*.

Recuperado de: [0185-2760-resu-45-178-00079.pdf \(scielo.org.mx\)](https://scielo.org.mx/0185-2760-resu-45-178-00079.pdf)

Carmona, A. y Leal, A. (1998). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=187754>

Libros

Martha Elena Vargas Quiñonez y Luz Ángela Aldana de Vega (2015). CALIDAD

Y SERVICIO: Conceptos y Herramientas 3era edición. Recuperado de:

<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/Calidad-y-servicio-3ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Paella (2008). Metodología de la Investigación Cuantitativa (2ª Edición).

Caracas FEDUPEL. Recuperado de:

<https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigac3b>

Tamayo y Tamayo M. Técnicas de Investigación (2ª Edición). México. Editorial

Mc Graw Hill. Recuperado de:

<https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/19.pdf>

ANEXOS

Anexo n° 01: Matriz de Consistencia

TÍTULO: RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA EBABY DE LA CIUDAD DE LIMA– 2021.					
PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿Qué relación existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima– 2021?	<p>H1: Existe una relación positiva alta entre calidad de servicio y satisfacción de cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021.</p> <p>Ho: Existe una relación negativa baja entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima-2021.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima– 2021.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Calidad de Servicio</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Diseño: Descriptivo</p> <p>Técnica: - Encuesta</p> <p>Instrumento: - Cuestionario</p> <p>Método de análisis de datos:</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Empresa Ebaby y sus 60 clientes.</p>
		<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>- Identificar el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima–2021.</p>	<p>VARIABLE 2:</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>MUESTRA</p> <p>60 clientes de la empresa Ebaby.</p>	

		<ul style="list-style-type: none">- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.- Analizar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima- 2021.			
--	--	---	--	--	--

Anexo n°02: Matriz de Operacionalización de Variables

TÍTULO: RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA EMPRESA IMPORTADORA EBABY DE LA CIUDAD DE LIMA – 2021.					
PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿Qué relación existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021?	<p>H1: La calidad de servicio si tiene relación con la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima– 2021.</p> <p>Ho: La calidad de servicio no tiene relación con la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima – 2021.</p>	<p>VARIABLE 1:</p> <p>Calidad de Servicio</p>	<p>Tipo de investigación: No experimental</p> <p>Diseño: Descriptivo</p> <p>Técnica: - Encuesta</p> <p>Instrumento: - Cuestionario</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Empresa Ebaby y sus 60 clientes</p>

		<p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el nivel de calidad de servicio de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima –2021. - Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima– 2021. - Analizar la correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa importadora Ebaby de la ciudad de Lima- 2021. 	<p>VARIABLE 2:</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Método de análisis de datos:</p>	<p>MUESTRA</p> <p>60 clientes de la empresa Ebaby.</p>
--	--	---	---	-------------------------------------	---

Anexo n°03: Matriz de Instrumento

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS
Satisfacción del cliente	Seguridad	Comportamiento del personal Resolución de problemas	<ul style="list-style-type: none"> El personal está comprometido en ofrecerle una buena experiencia a los clientes. El personal resuelve los problemas y/o dudas que tienen los clientes acerca de los productos.
	Precio	Precio producto Precio delivery Promociones	<ul style="list-style-type: none"> El precio de los productos con los que cuenta Ebaby son acorde al mercado actual. El precio de delivery y/o precio de envío por agencia están acorde al mercado actual. La empresa realiza promociones atractivas de sus productos.
	Servicio Esperado	Puntualidad de entrega Plazos de entrega	<ul style="list-style-type: none"> Las fechas de entrega de Ebaby son ejecutadas con puntualidad. El rango de entrega del producto de Ebaby es adecuado.
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Instalaciones Apariencia del personal	<ul style="list-style-type: none"> Las instalaciones de la empresa Ebaby son visualmente atractivas. Encuentra comodidad en las instalaciones de la empresa Ebaby. Los trabajadores de Ebaby cuentan con una apariencia pulcra y visten uniformados. El horario de atención de la empresa Ebaby es el adecuado.
	Confiabilidad	Cumplimiento de horarios	<ul style="list-style-type: none"> La empresa Ebaby cumple con la entrega del producto en el plazo prometido Los trabajadores de la empresa Ebaby muestran una imagen de confianza.

	Capacidad de respuesta	Atención inmediata	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores de la empresa Ebaby brindan atención inmediata a los clientes.
	Seguridad	Personal amable Seguridad con el pago	<ul style="list-style-type: none"> • El personal de Ebaby muestran interés en solucionar las inquietudes de los clientes. • El personal de Ebaby es amable y cortes con los clientes.
	Empatía	Atención personalizada Comprensión	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa Ebaby comprende las necesidades e intereses de los clientes. • La empresa Ebaby brinda servicio personalizado a los clientes. • Los trabajadores de la empresa Ebaby son suficientes para brindar atención individual y sincera de los intereses de sus clientes.

Anexo 04: Página Web de la empresa Ebaby

The image shows the top portion of the Ebaby website. At the top, a dark blue navigation bar contains the links "CONTÁCTENOS", "RECIBIR NOTIFICACIONES", and "PREGUNTAS FRECUENTES". Below this is a light blue header with the Ebaby logo on the left, a search bar with the placeholder text "¿Qué estás buscando?", and a search icon. To the right of the search bar are links for "INICIO DE SESIÓN / REGISTRO", a heart icon with a notification badge, a crossed-out icon, and a shopping cart icon with a notification badge and the text "S/ 0.00".

Below the header is a white navigation bar with a menu icon, the text "CATEGORÍAS", and a dropdown arrow. To the right are the links "NOSOTROS" and "EBABY CHANNEL".

A dark blue banner below the navigation bar features a smartphone icon, the text "CON CUALQUIER MÉTODO DE PAGO", and another smartphone icon.

The main content area is divided into three columns. The left column shows a woman in a white tank top and a wide-brimmed hat loading a black bag into the open trunk of a red car. The middle column shows a young child sitting in a colorful high chair, eating from a bowl. The right column is partially obscured by a Facebook chat overlay.

The Facebook chat overlay is for the profile "eBaby". It includes the profile picture, a close button, and the text "Chatear con eBaby". Below this, it says "Normalmente responde en un día" and "Hola, ¿en qué podemos ayudarte?". There are two buttons: "Iniciar sesión en Messenger" and "Continuar como invitado". At the bottom of the overlay, it states: "Al continuar como invitado, aceptas las Condiciones la Política de datos y la Política de cookies de Facebook."

Anexo 05: Validaciones de Instrumentos

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombre del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
ALDO COTRINA VILLAR	DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE	Casillo Sevillano, María Fernanda Montañez Huamanchumo, Marielly del Pilar
Título de la investigación: Análisis De La Relación Entre La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa Importadora Ebaby De La Ciudad De Lima, Trujillo – 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico- científicos.				X	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones				X	
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta				X	
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado				X	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo, 26 de Agosto del 2021	06447940		977722472
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombre del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
HUAMAN TUESTA JOSE ROBERTO	DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE	Casillo Sevillano, María Fernanda Montañez Huamanchumo, Marielly del Pilar

Título de la investigación: Análisis De La Relación Entre La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa Importadora Ebaby De La Ciudad De Lima, Trujillo – 2021.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado			X		
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables			X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			X		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica			X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación			X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico- científicos.		X			
8. COHERENCIA	Entre Items, indicadores y dimensiones			X		
9. METODOLOGIA	Corresponde al propósito de la propuesta		X			
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado			X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo, 11 de julio del 2021	17814526		920564466
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombre del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
MARIA SOLEDAD RODRIGUEZ CASTILLO	DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE	Casillo Sevillano, María Fernanda Montañez Huamanchumo, Marielly del Pilar
Título de la investigación: Análisis De La Relación Entre La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente De La Empresa Importadora Ebaby De La Ciudad De Lima, Trujillo – 2021.		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado			x		
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables			x		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			x		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica			x		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			x		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación			x		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico- científicos.			x		
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones			x		
9. METODOLOGIA	Corresponde al propósito de la propuesta			x		
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado			x		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

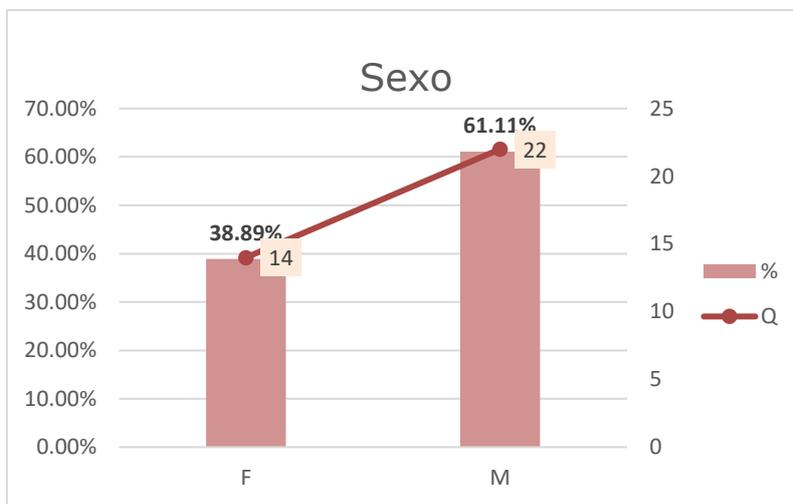
En confiabilidad puede agregar más preguntas, de igual forma en seguridad _____

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo, 08 de julio del 2021	18107224		
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

Anexo n° 06: Resultados de encuesta de Satisfacción del Cliente

Gráfico n° 03: Género de personas encuestadas



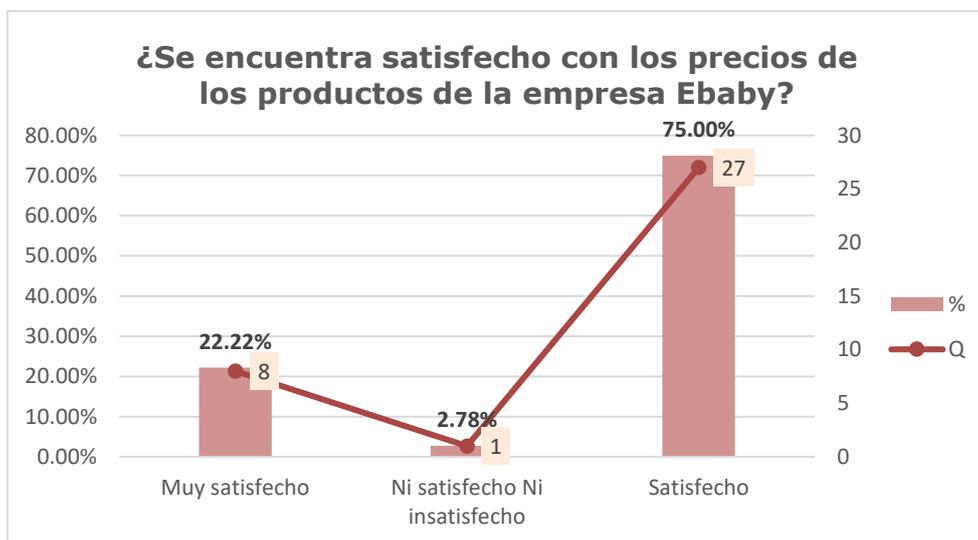
Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 61,11% de los encuestados pertenecen al género masculino; mientras el 38,89% al femenino.

Gráfico n° 04: Satisfacción respecto a los precios de los productos de la empresa

Ebaby

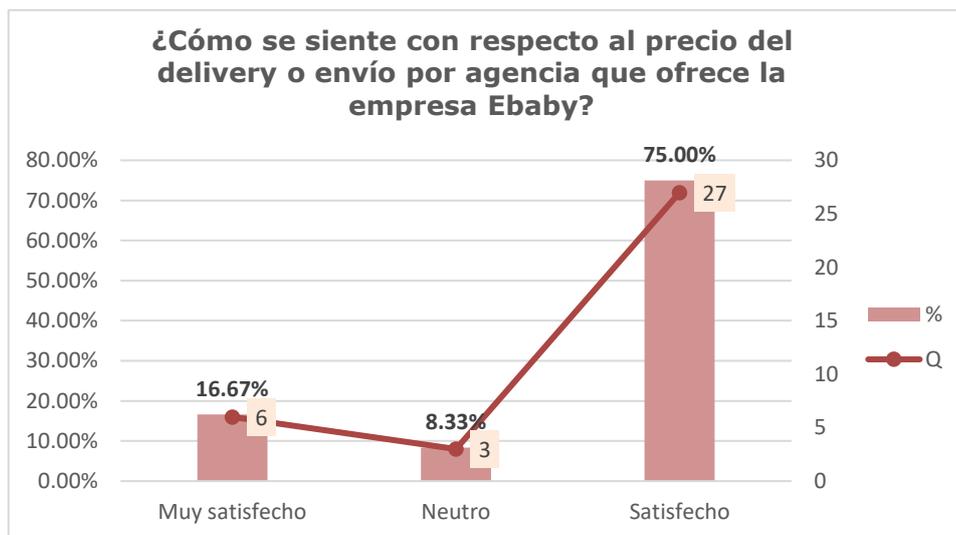


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 75% de los clientes se encuentran satisfechos respecto a los precios de los productos con los que cuenta la empresa Ebaby, mientras que el 22.2% de los clientes se encuentran muy satisfechos en base a los precios. Sin embargo, el 2.8% de los clientes encuestados no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos.

Gráfico n°05: Precio del delivery o envío por agencia

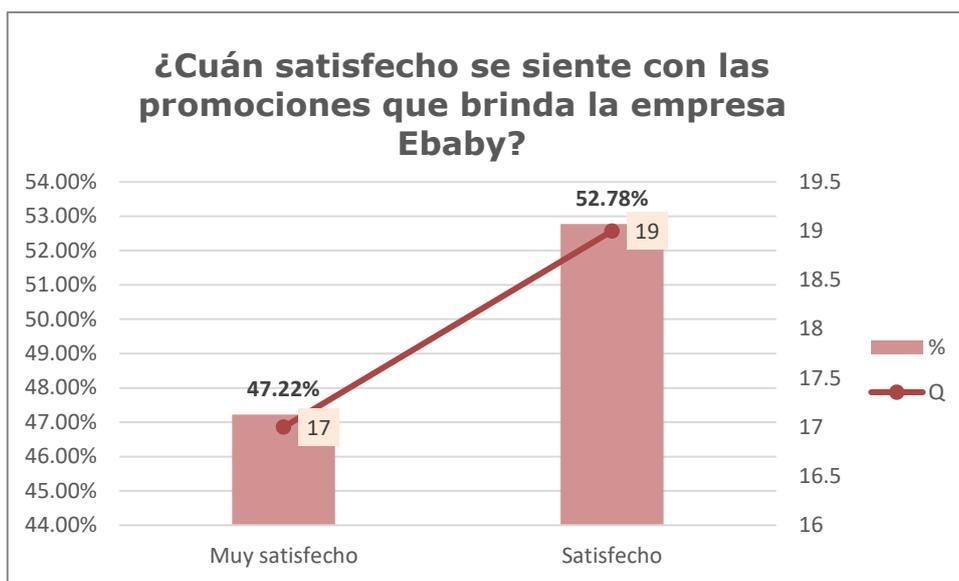


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 75% de los clientes se encuentran satisfechos respecto al precio del delivery o el envío por agencia, seguidamente el 16.7% de clientes se sienten muy satisfechos con el precio por el envío, mientras que el 8.3% de clientes que realizaron compras en Ebaby consideran un nivel neutro el precio por el delivery o envío de los productos.

Gráfico n°06: Promociones que brinda la empresa Ebaby



Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que el total de encuestados se encuentran satisfechos, ya que el 52.8% de los clientes encuestados se sienten satisfechos con respecto a las promociones o descuentos que ofrece la empresa Ebaby, además del 47.2% de clientes que se sienten muy satisfechos con las promociones.

Gráfico n°07: Seguridad mientras se realiza la compra

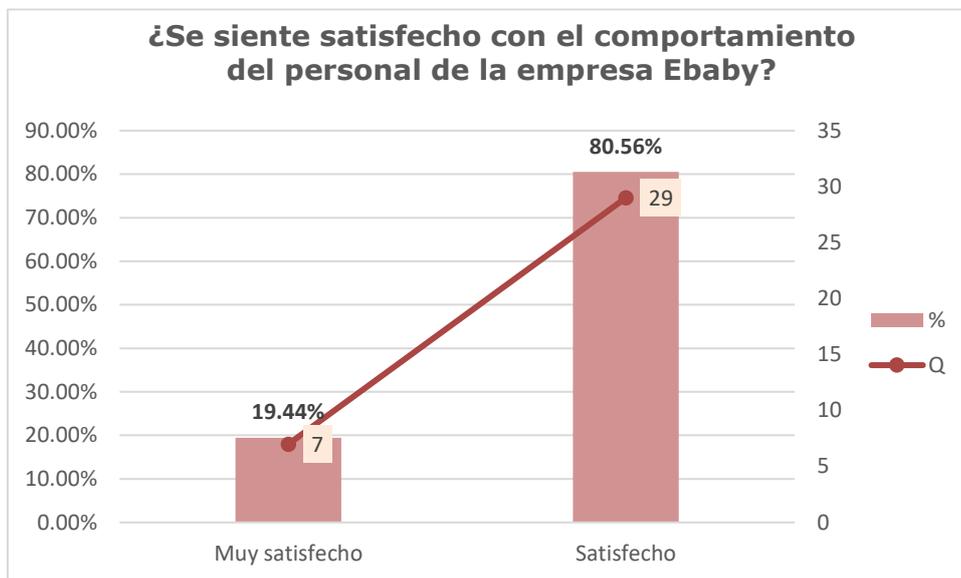


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 75% de clientes encuestados se sienten satisfechos respecto a la seguridad mientras realizan compras en Ebaby, además del 25% restante de encuestados se encuentran muy satisfechos respecto a la seguridad o confianza que se les brinda al realizar la compra.

Gráfico n°08: Comportamiento del personal de la empresa Ebaby



Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, la mayoría de encuestados que representan el 80.6% se sienten satisfechos respecto al comportamiento del personal mientras realizan su compra y el 19.4% se sienten muy satisfechos.

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 83.3% de los clientes encuestados se sienten satisfechos con la eficacia y rapidez en la resolución de problemas que se presentan dentro de la empresa, además del 16.7% se encuentran muy satisfechos respecto a ello.

Gráfico n°09: Relación entre calidad ofrecida y el precio

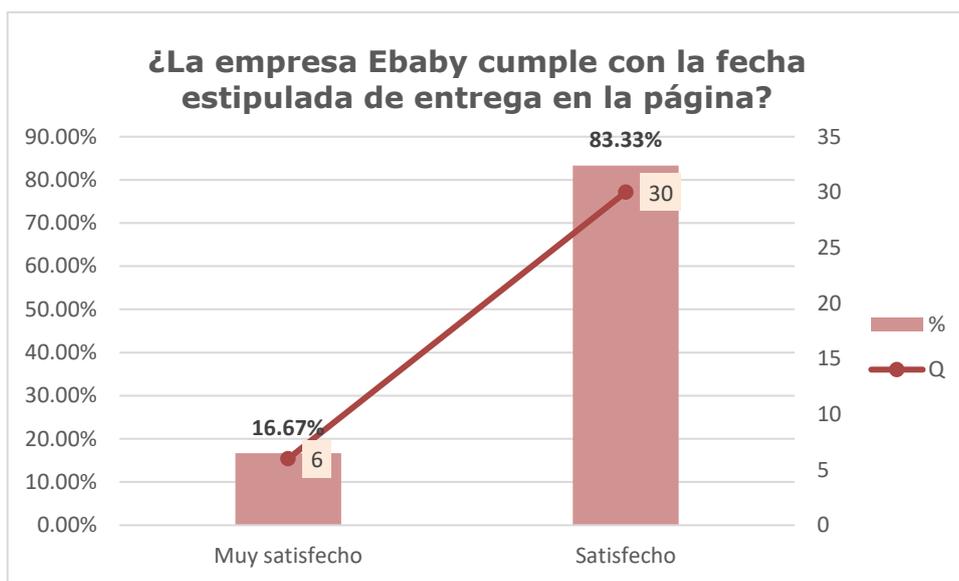


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 91.7% de los clientes encuestados se encuentran satisfechos con la relación entre la calidad ofrecida y el precio de los productos de Ebaby, además el 8.3% representa a los clientes muy satisfechos con la calidad y precio.

Gráfico n°10: Fecha estipula de entrega en la página web de la empresa Ebaby

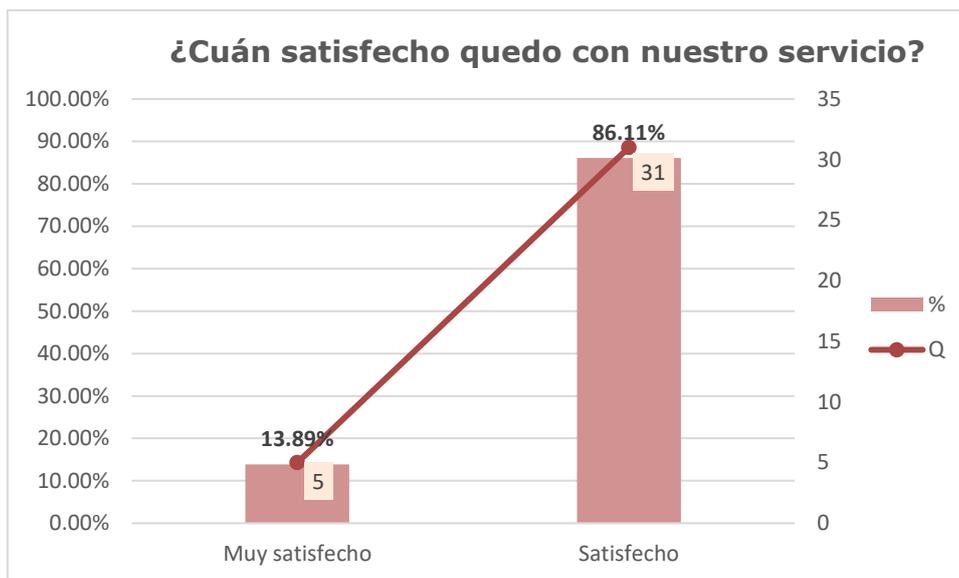


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que el 83.3% de encuestados se encuentran satisfechos con la fecha de entrega estipulada, y, el 16.7% se encuentran muy satisfechos con la fecha de entrega que les brindó Ebaby, al realizar su compra.

Gráfico n°11: Satisfacción del servicio

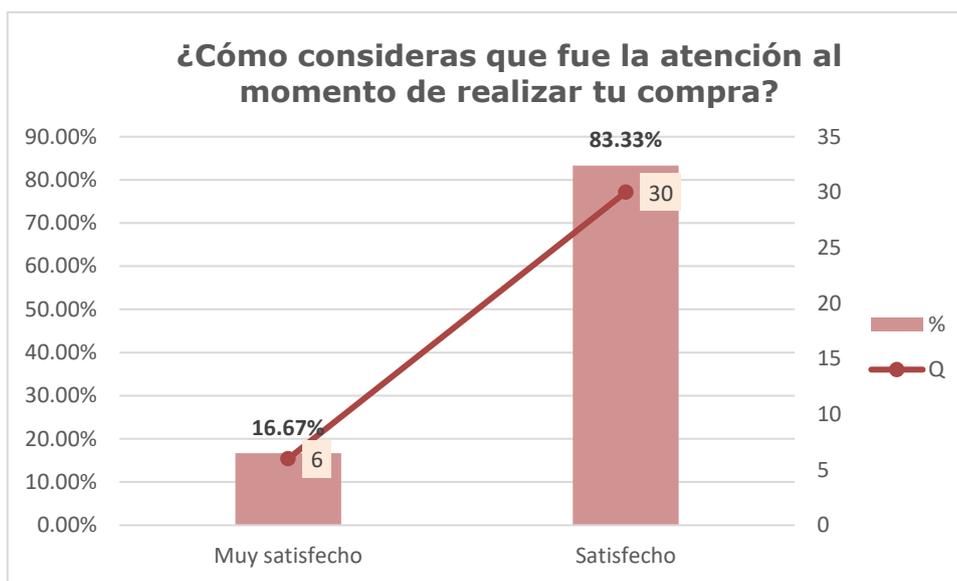


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 86.1% de los encuestados se encuentran satisfecho con el servicio brindado por la empresa Ebaby, mientras que el 13.9% se sienten muy satisfechos respecto al servicio.

Gráfico n°12: Atención al momento de realizar la compra

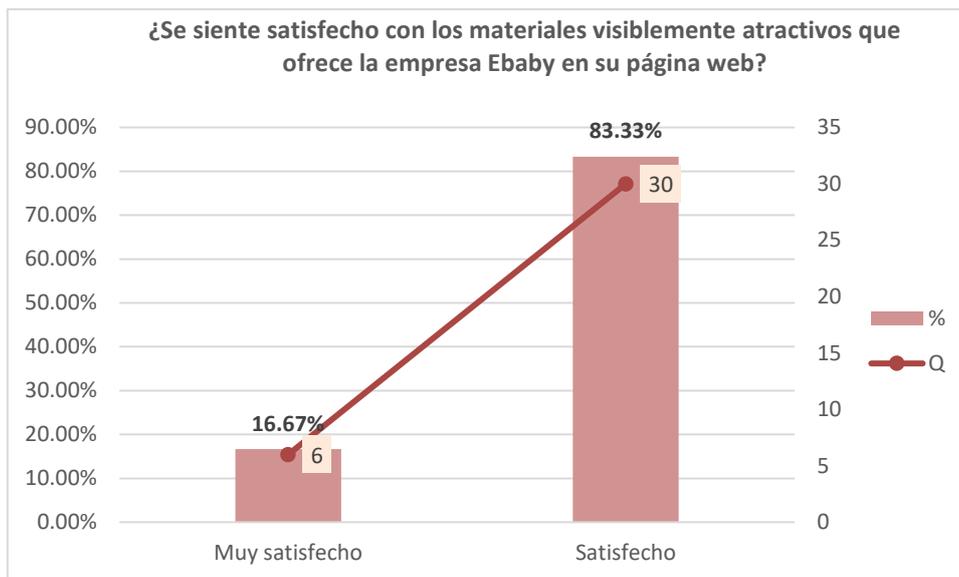


Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: el gráfico nos muestra que, el 83.3% de encuestados se sienten satisfechos al realizar la compra en Ebaby, mientras que el 16.7% se sienten muy satisfechos de la atención al momento de realizar la compra.

Gráfico n°13: Materiales atractivos que ofrece la empresa Ebaby en su página web.



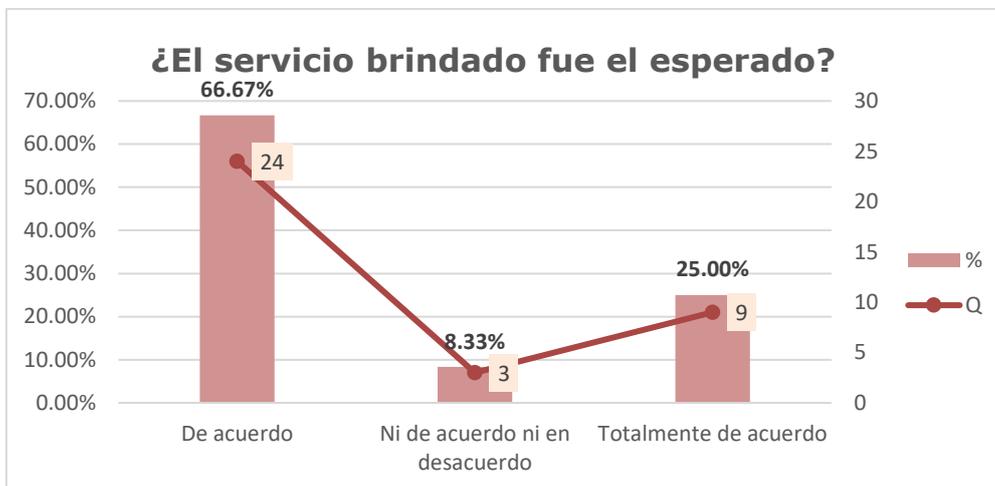
Fuente: Encuesta de Satisfacción del Cliente

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 83.3% de los clientes encuestados se sienten satisfechos con los materiales atractivos que ofrece la empresa Ebaby, ya que son dinámicos, mientras que el 16.7% se sienten muy satisfechos respecto a ello.

Anexo 07: Resultados de encuesta de Calidad del Servicio

Gráfico n° 14: Servicio Esperado

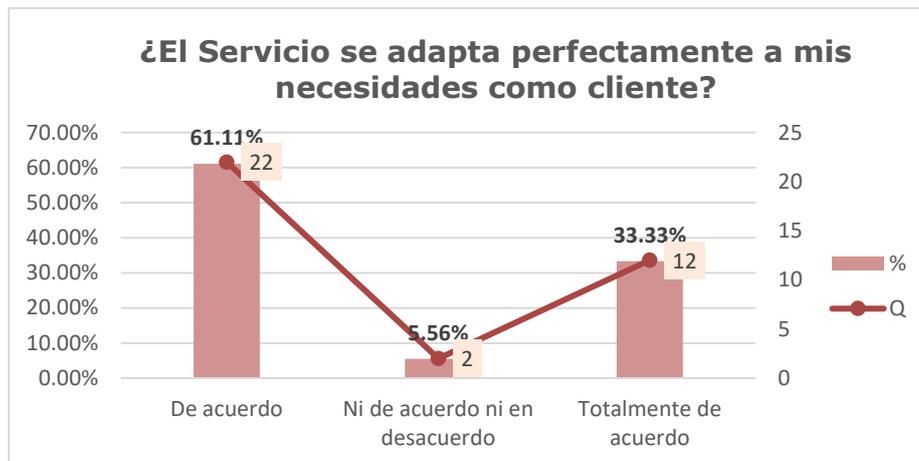


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que el 66.7% de los clientes indican estar de acuerdo en mencionar que el servicio brindado por la empresa importadora Ebaby fue el esperado, un 25% indica estar totalmente de acuerdo mientras que un 25% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico n° 15: Servicio que se adapta a las necesidades del cliente

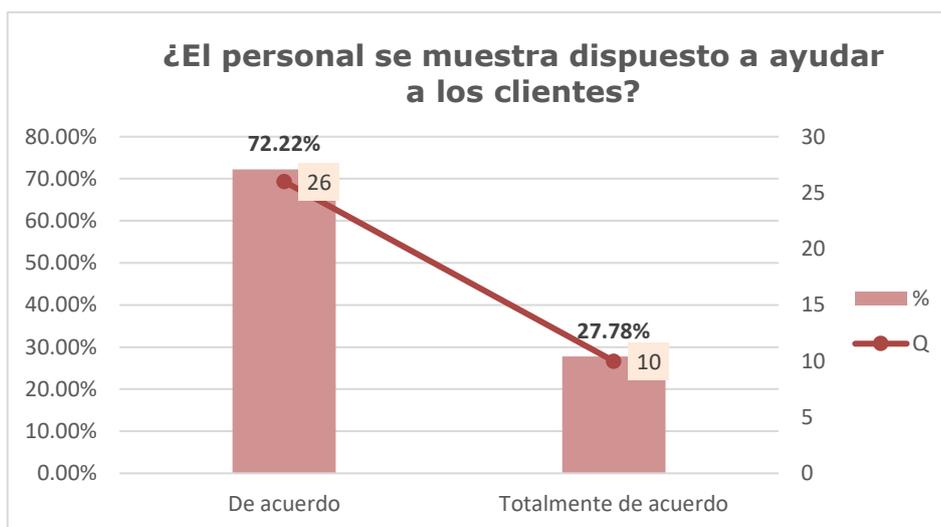


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que un 61,1% de los clientes está de acuerdo en indicar que el servicio se adapta a sus necesidades y un 33,3% indica estar totalmente de acuerdo mientras que un 8,3% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo mientras un 5,6% indica no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico n° 16: Personal dispuesto a ayudar a los clientes

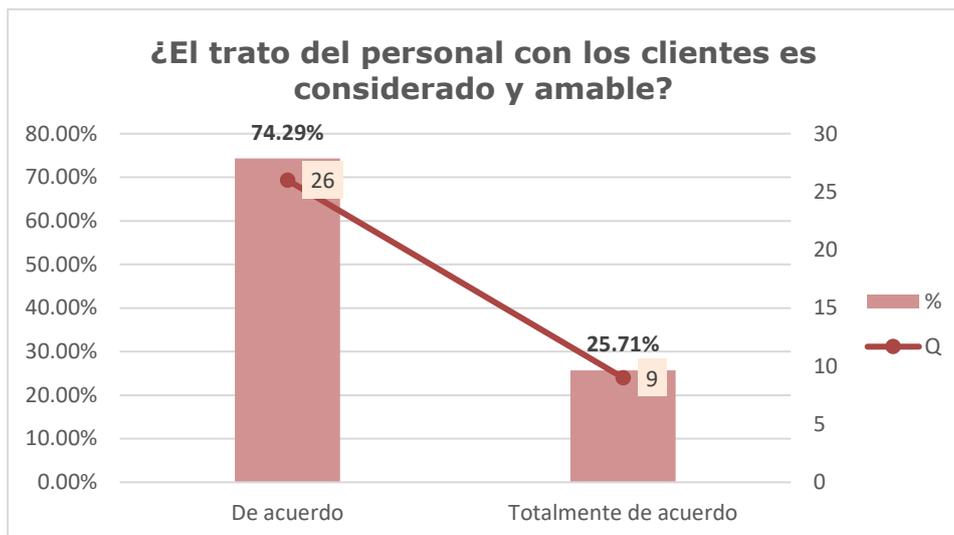


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, un 72,2% de los clientes encuestados indican estar de acuerdo en mencionar que el personal de la empresa importadora Ebaby se muestra dispuesto a poder ayudar a los clientes y un 27,8% menciona estar totalmente de acuerdo con ello.

Gráfico n° 17: El trato del personal

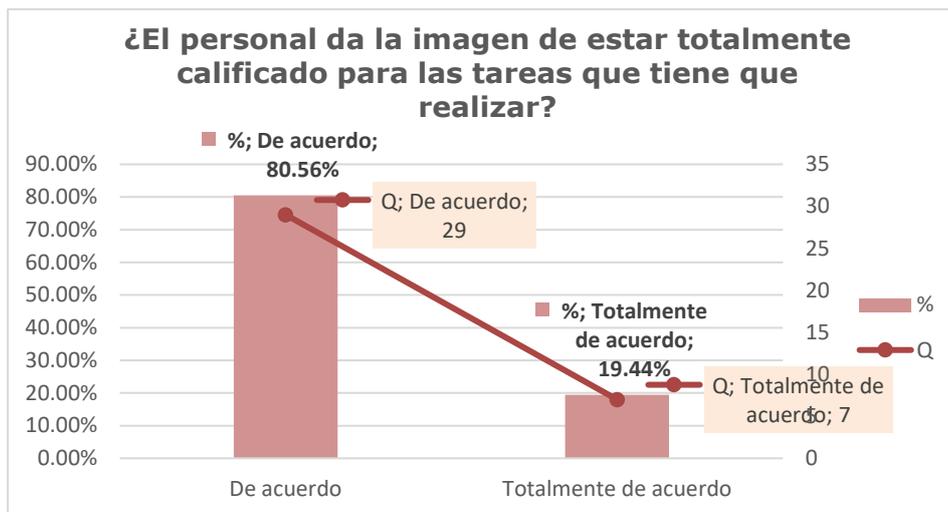


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 74,3% de los clientes encuestados expresan estar de acuerdo cuando se indica que el trato del personal a los clientes de la empresa importadora Ebaby es considerado y amable, un 25,7% menciona estar totalmente de acuerdo.

Gráfico n° 18: El personal calificado para las tareas de la empresa

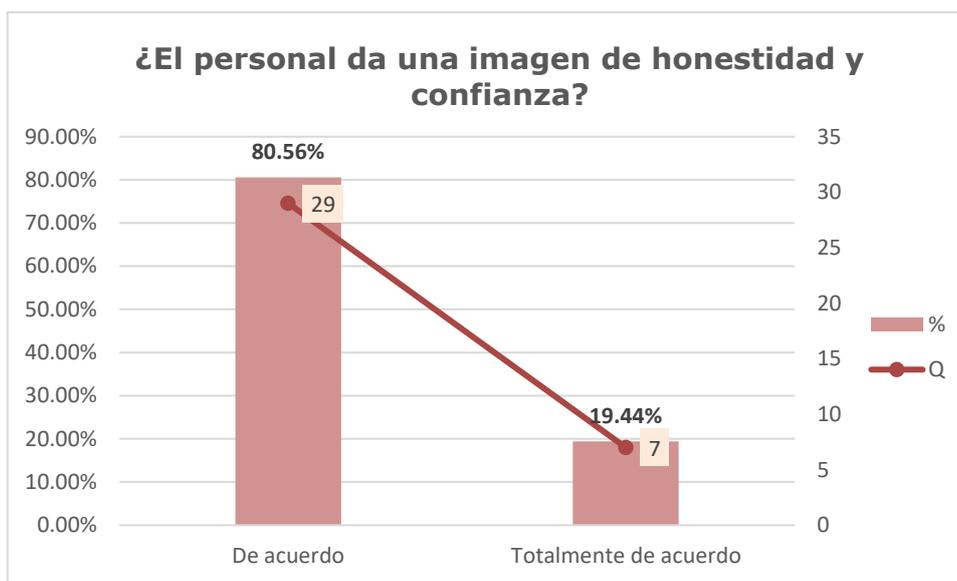


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que un 86,6% indica que el personal de la empresa importadora Ebaby es totalmente calificado para poder desarrollar sus tareas asignadas y un 19,4% se encuentra totalmente de acuerdo.

Gráfico n°19: Imagen del personal en relación a la honestidad y confianza

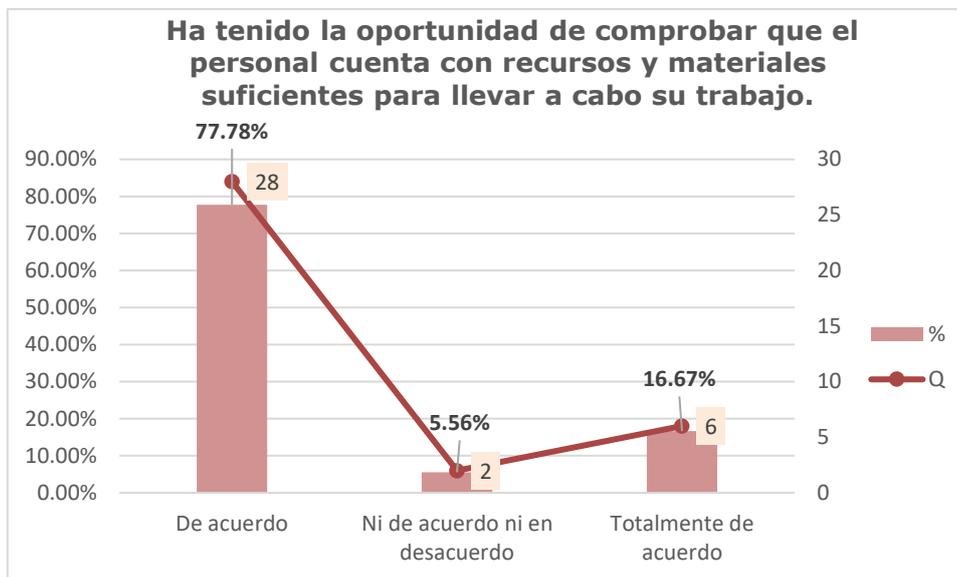


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, un 80% de los clientes encuestados confirma estar de acuerdo en que el personal de la empresa importadora Ebaby proyecta una imagen de honestidad y confianza, mientras un 20% indica estar totalmente de acuerdo.

Gráfico n°20: Oportunidad de comprobar que el personal cuenta con recursos y materiales para un buen trabajo.



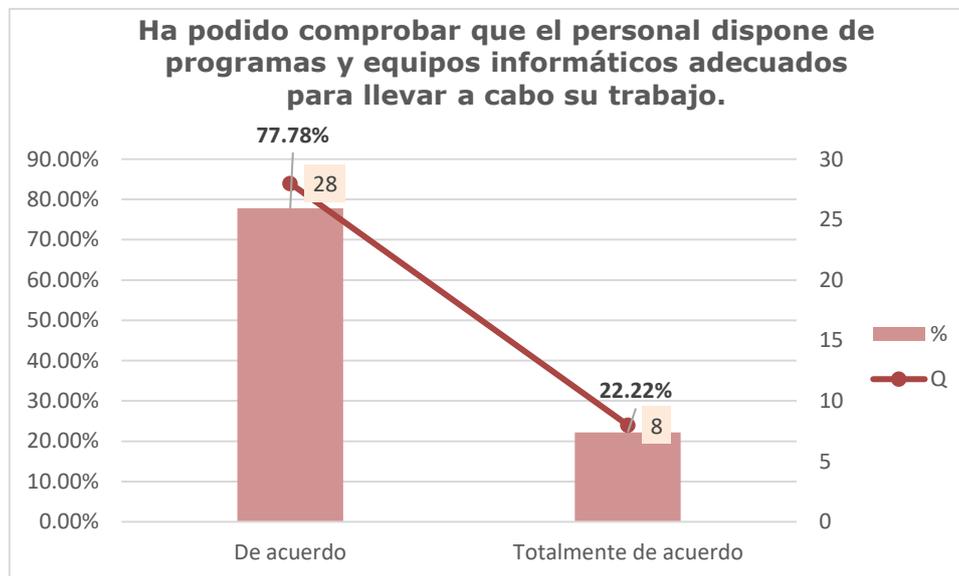
Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, el 77,8% de los clientes indican haber podido comprobar que el personal de la empresa importadora Ebaby cuenta con los recursos y materiales suficientes para poder llevar a cabo su trabajo mientras que un 16,7% indica estar totalmente de acuerdo y un 5,6% menciona no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico n°21: Comprobación de la disponibilidad de programas y equipos informáticos

¿He podido comprobar que el personal dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo?

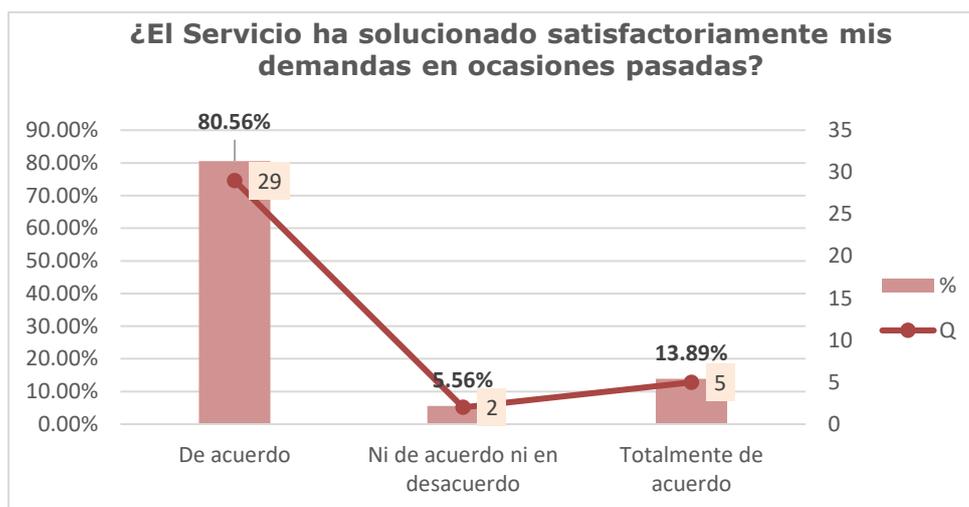


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, un 77,8% de los clientes encuestados indican haber podido comprobar que el personal dispone de programas y equipos informáticos adecuados para llevar a cabo su trabajo y un 22,2% menciona estar totalmente de acuerdo.

Gráfico n°22: Respuesta del servicio a la demanda del mercado

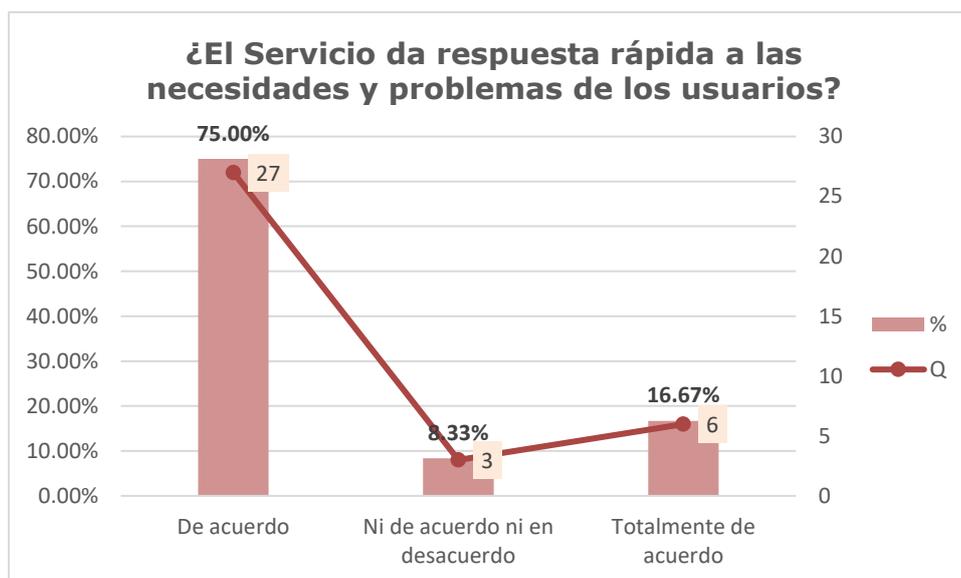


Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que un 80,6% de los clientes encuestados indica que el servicio ha podido solucionar satisfactoriamente las demandas en ocasiones pasadas, un 13,9% menciona estar totalmente de acuerdo y un 5,6% indica no estar de acuerdo ni en desacuerdo.

Gráfico n° 23: Respuesta del servicio ante los problemas



Fuente: Encuesta de Calidad de Servicio

Elaboración: Responsables de la investigación

Interpretación: El gráfico nos muestra que, un 75% de los clientes encuestados menciona que el servicio de la empresa importadora Ebaby brinda una respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios, un 16,7% indica estar totalmente de acuerdo mientras un 8,3% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.