



## **ESCUELA DE POSGRADO**

“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UNA EMPRESA DESARROLLADORA DE SOFTWARE. TRUJILLO 2017”

Tesis para optar el grado de **MAESTRO** en:  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autor:**

Bachiller **Ferrer Recalde, Juan Enrique**

**Asesor:**

**Dr. Henry Ventura Aguilar**

Trujillo – Perú  
2018

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	ii
PRESENTACIÓN.....	iii
TABLA DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
I.1 Realidad Problemática.....	10
I.2 Pregunta de investigación.....	13
I.3 Objetivos de la investigación.....	13
A. Objetivo General.....	13
B. Objetivos Específicos.....	13
I.4 Justificación de la investigación.....	14
I.5 Alcance de la investigación.....	14
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
II.1 Antecedentes.....	15
II.2 Bases Teóricas.....	20
A. Calidad.....	20
B. Dimensiones de la Calidad.....	20
C. Servicio.....	22
D. Calidad del Servicio al Cliente.....	22
E. Calidad de Software.....	23
F. Características del servicio.....	23
G. Elementos del servicio al cliente.....	24
H. Satisfacción de los usuarios.....	25
I. Importancia de la satisfacción.....	26
J. Expectativas.....	27
K. Percepción.....	28
L. Nivel de satisfacción.....	28
M. Usuario.....	29
N. Modelos de Medición de Calidad.....	30
<b>III. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>38</b>
A. Atención al Cliente.....	38
B. Cliente.....	38
C. Involucramiento o compromiso de los empleados.....	38

D. Marketing experiencial .....	38
E. Marketing interno.....	38
F. Marketing transaccional .....	39
G. Satisfacción del Cliente .....	39
H. Valor agregado.....	39
<b>IV. HIPÓTESIS .....</b>	<b>40</b>
IV.1 Declaración de Hipótesis.....	40
IV.2 Variables.....	40
IV.3 Operacionalidad de Variables .....	41
IV.4 Propuesta de Solución .....	43
1. Generalidades .....	43
2. Objetivos de la propuesta.....	43
3. Justificación de la propuesta .....	43
4. Importancia de la propuesta.....	44
5. Contenido del Programa .....	44
<b>V. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>49</b>
V.1 Tipo de Investigación.....	49
V.2 Diseño de Investigación .....	49
V.3 Método de la Investigación.....	49
V.4 Población objetivo .....	49
V.5 Muestra.....	50
V.6 Técnicas e Instrumentos .....	50
<b>VI. RESULTADOS.....</b>	<b>54</b>
VI.1 Evaluación de la Calidad de Servicio (expectativa) y de sus dimensiones.....	54
VI.2 Evaluación de la Percepción de los clientes y de sus dimensiones.....	56
VI.3 Evaluación de la Satisfacción del cliente y de sus dimensiones.....	58
VI.4 Evaluar la relación que existe entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.....	60
<b>VII. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>62</b>
VII.1 Discusión .....	62
VII.2 Conclusiones .....	64
VII.3 Recomendaciones.....	65
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>71</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Comportamiento de los niveles de las dimensiones de la Calidad de Servicio (Expectativa) según los clientes de la empresa desarrolladora de software.....	54
<b>Tabla 2.</b> Comportamiento de la calidad de servicio (Expectativa) según el puntaje promedio obtenidos por los clientes de la empresa desarrolladora de software.....	55
<b>Tabla 3.</b> Comportamiento de los niveles de las dimensiones de la Percepción de los clientes de la empresa desarrolladora de software después de recibir el servicio .....	56
<b>Tabla 4.</b> Comportamiento de los puntajes promedios para determinar el nivel de percepción del cliente después de recibir el servicio. ....	57
<b>Tabla 5.</b> Comportamiento de los niveles de las dimensiones de la Satisfacción de los clientes de la empresa desarrolladora de software después de recibir el servicio .....	58
<b>Tabla 6.</b> Comportamiento del nivel de satisfacción del cliente después de recibir el servicio.....	58
<b>Tabla 7.</b> Prueba Chi Cuadrado para evaluar la relación entre las dimensiones de la Calidad de Servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa desarrolladora de software .....	60
<b>Tabla 8.</b> Prueba Chi Cuadrado para evaluar la relación entre las dimensiones de la Calidad de Servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa desarrolladora de software .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Nórdico de la Calidad .....	30
Figura 2. Modelo SERVQUAL .....	33
Figura 3. Modelo SERVQUAL .....	34
Figura 4. Modelo de los tres componentes .....	36
Figura 5. Comportamiento de la calidad de servicio (expectativa) y sus dimensiones, según los clientes de la empresa NISIRA .....	55
Figura 6. Comportamiento del nivel de percepción del servicio por parte del cliente después de recibir el servicio .....	57
Figura 7. Comportamiento de los puntajes promedios de las dimensiones de la percepción del cliente después de recibir el servicio.....	59

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el tipo de relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de sus clientes, en una empresa desarrolladora de software de la ciudad de Trujillo, año 2017. El tipo de investigación es correlacional y el diseño de investigación utilizado es el diseño transversal correlacional con un solo grupo. La población objetivo estuvo conformada por los clientes de la Empresa desarrolladora de software Nisira de la ciudad de Trujillo que recibieron servicio en el año 2017 que fueron en total 220 clientes. Para determinar la muestra se consideró un 95% de confianza, una proporción del 50% y un error del 18% obteniéndose una muestra de  $n=27$  clientes los cuales contestaron los cuestionarios de manera virtual. Para la evaluación de la calidad de servicio se utilizó el cuestionario propuesto por el modelo SERVQUAL, que propone medir la calidad percibida de un servicio como la identificación de sus necesidades y expectativas. Para la evaluación de la satisfacción del cliente se utilizó el modelo SERVPERF, que utiliza la diferencia de la percepción menos la expectativa como una buena aproximación a la satisfacción del cliente.

Se concluyó que el nivel de calidad de servicio que espera recibir los clientes de una empresa desarrolladora de software antes de recibir el servicio está en el nivel elevado de 57.98, el nivel de percepción de la calidad después de recibir el servicio se encuentra en un nivel bueno de 6.98, finalmente los clientes de la empresa están satisfechos. La relación que existe entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, según la prueba chi cuadrado tienen una relación significativa con la satisfacción ( $p<0.05$ ) excepto la capacidad de respuesta que no se relaciona significativa con la satisfacción ( $p\geq 0.05$ ). De manera general la calidad de servicio y la satisfacción recibida por el cliente, SI tienen una relación significativa ( $p<0.05$ ).

Palabras claves. Calidad de servicio. Satisfacción.

## ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the type of relationship that exists between the quality of the service and the satisfaction of its customers, in a software development company of the city of Trujillo, 2017. The type of research is correlational and the design of research used is the cross-sectional correlational design with a single group. The target population is made up by the clients of the software development company Nisira of the city of Trujillo that were serviced in 2017, which was altogether 220 clients. To determine the sample, a 95% confidence was considered, a ratio of 50% and an error of 18%, obtaining a sample of  $n = 27$  clients who answered the questionnaires in a virtually. For the evaluation of the quality of service, the questionnaire proposed by the SERVQUAL model was used, which proposes to measure the perceived quality of a service as the identification of its needs and expectations. For the evaluation of customer satisfaction, the SERVPERF model was used, which uses the difference of perception less expectation as a good approximation to customer satisfaction.

It was concluded that the level of quality of service expected by customers of a software development company before receiving the service is at the high level the 57.98, the level of perception of quality after receiving the service is at a good level of 6.98, finally the company's customers are satisfied. The relationship that exists between the dimensions of the quality of service and client satisfaction, according to the chi-square test, has a significant relationship with satisfaction ( $p < 0.05$ ), except for the response capacity that is not significantly related to satisfaction ( $p \geq 0.05$ ). In general, the quality of service and the satisfaction received by the client, If has a significant relationship ( $p < 0.05$ ).

Keywords. Quality of service. Satisfaction.

## **NOTA DE ACCESO**

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

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. (1988). *At America's Service: How corporations can revolutionize the way they treat their customers*. Dow Jones: Irwin.
- Alén, M.E., Mazaira, A. & Fraiz Brea, A. (s.f.). *Calidad de servicio y satisfacción, ¿Antecedente o consecuente?. Su evaluación en el ámbito del Turismo Termal*. Universidad de Vigo.
- Alvarez, G. (2012). *Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Caracas.
- Arana, K. & Ramos, P. (2017). *Influencia de la cultura organizaciones en la calidad de servicio de los usuarios de la Municipalidad distrital de Paucarpata, Arequipa de Junio a Agosto – 2017*. (Tesis de Licenciatura). Facultad de Psicología, Relaciones Industriales y Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú.+
- Araujo, P. (Octubre de 2015). *Influencia de la Marca, vía de la Satisfacción y Lealtad de Clientes*. Madrid.
- Arteaga, D. (2011). *La Calidad en el Servicio como elemento diferenciador de Imagen de Una Empresa de Telecomunicaciones que ofrece servicios empresariales de datos e internet*. Quito.
- Atalaya, M. (1998). *La satisfacción en los estudiantes*. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Baños, G., Melendez, K. & Davila, A. (2016). *Prácticas adoptadas de la ISO/IEC 20000 en pequeñas organizaciones desarrolladoras de software que ofrecen mesa de servicios. Un estudio de caso*. Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información.
- Barroso, C. & Martin, E. (1999). *Marketing Relacional*. Madrid: Esic.
- Basantes, R. (2017). *Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la Calidad de los Servicios Educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba - Ecuador*. Lima.
- Benavente, B. & Figueroa, T. (2013). *Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt Basada en la Escala SERBQUAL*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Austral de Chile. Puerto Montt – Chile.
- Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1993). *Building a New Academic Field: The Case of Services Marketing*. Journal of Retailing, 69(1), 13-60.
- Betancourt, Y. & Mayo Alegre, J. (2010). *La Evaluación de la Calidad de Servicio*.
- Bitner, M. J. (1992, Abril). *Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees*. Journal of Marketing, 56, 57-71.

- Bitner, M.J. & Hubert, A.R. (1994). *Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality*. In R. T. Rust & R. L. Oliver. *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 72-94). California: Sage.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). *A multistage model of customers' assessments of service quality and value*. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384.
- Cahuaya, R. & Ñahuincopa, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La hacienda en la Provincia de Angaraes 2015*. (Tesis de Licenciatura). Huancayo, Perú.
- Carman, J.M. (1990). *Consumer perception of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions*. *Journal of Retailing*, 65, 33-55.
- Churchill G.A. & Suprenant, C. (1982). *An investigation into de determinants of customer Dissatisfaction*. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504.
- Cronin, J.J. & Taylor, S. A. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. *Journal of Marketing*, 56, 55-68
- Davila, A., Mamani, P., Abarca, M. & Arisaca, R. (2017). *Análisis de adopción de ISO/IEC 29110 en dos pequeñas empresas de software en la ciudad de Arequipa-Perú*. Arequipa.
- De Sarbo, W. Huff, Rolandelli, M. & Choi, J. (1994). *On Measurement of Perceived Service Quality: A Conjoint Measurement Approach*. In R.T. Rust & R.W. Oliver (eds.) *Service Quality* (pp. 199-220). Thousand Oaks, CA: Sage Press.
- Douglas, K. & Bateson, J. (2012). *Marketing de Servicios Conceptos, Estrategias y Casos*. Cengage Learning.
- Duque Oliva, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. En INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.
- Dutka, A. (1998). *Manual de American Marketing Assosiation para la Satisfacción del Cliente*. Buenos Aires - Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Evans, R. & Lindsay, W. (2008). *Administración y Control de Calidad*. (7ma Edicion ed.). Washington: Thomson/South-Western.
- Fernandez, J. (2013). *El Mercado de las TIC en Perú*. Lima.
- Gabriel Weil, A. S. (2003). *Medición de la Calidad de los Servicios*. (Tesis de Maestría). Universidad del Cema.
- GeneXus. (19 de Agosto de 2015). *Ventas de software en Perú crecería 20% en el 2015 por renovación de sistemas*.

- Gonzales, M. E., & Fraiz Brea, J. A. (2005). *Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal*.
- Grönroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. European Journal of Marketing, 18(4).
- Huisa, G. (2003). *Satisfacción del Usuario Externo sobre la Calidad de Atención de Saludos Hospital de la Base Naval Callao*. Lima.
- Inca, M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha, Andahuaylas 2015*. (Tesis de Licenciatura). Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Nacional María Arguedas. Andahuaylas, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística (INEI). (2001). *Impacto de las TIC en el Perú*. Lima – Perú.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Pearson Educación.
- Kurtz, D. (2012). *Marketing Contemporáneo*. South Western.
- liderazgoymercadeo.com. (s.f.). Obtenido de [http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo\\_tema.asp?id=140](http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=140)
- Llovera, J. (2007). *Plan de calidad para la atención y el servicio al usuario de la Unidad de Patología*. Caracas.
- Miker, I. (2015). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Pacucha*. Andahuaylas. Perú.
- Moreno, J. (2012). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la Cabaña de Don Parce*. Piura. Perú.
- Munch, L. & Sandoval, P. (2006). *Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia*. Trillas.
- Negri, S. (2017). *Calidad del Servicio - Parece Fácil y Lo Es*.
- Parasuraman, A. (1990). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid: The Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality*. Journal of Retailing, 64(1), pp. 12-40.
- Perez, C. (2014). *Calidad de Servicio al Cliente y sus influencias en los resultados económicos y financieros de la empresa Campestre SAC*. Chiclayo. Perú.
- Pressman, R. (2002). *Ingeniería del Software un enfoque práctico*. Mc Graw Hill.
- Quijano, V. (2017). *Servicio al Cliente 2.0*. México.
- Reyes Benítez, Mayo Alegre y Loredó Carballo. (2009). *La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano*.

- Riveros, P. (2007). *Sistema de gestión de la calidad del Servicio. Sea el líder en mercados altamente competidos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rodriguez Alvarez, M. (2004). *Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial*. Veracruz.
- Rodriguez, F., Serna, H., Naranjo, J. (2013). Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación de la empresa ELSEVIER.
- Roldan, B. J. (2010). *Calidad de Servicio y Lealtad de Compra del Consumidor en Supermercados Limeños*. Lima.
- Rust, R.A. & Oliver, R.L. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.
- Saling, Modding, B. Semmaila, B. & Gani, A. (2016). *Effect of Service Quality and Marketing Stimuli on Customer Satisfaction: The Mediating Role of Purchasing Decisions*. (4. 7.-8. Journal of Business and Management Sciences, Ed.) Journal of Business and Management Sciences, 4(4), 76-81.
- Solorzano, G. (2013). *Importancia de la Calidad del servicio al cliente*. El buzón de Paccioli - Instituto Tecnológico Sonora.
- Teas, R.K. (1993). *Expectations, Performance Evaluation and Customers' Perceptions of Quality*. Journal of Marketing, 57, 18-34.
- Terry, V. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente según ISO 9001:2000*. 2º edición. Madrid – España: FC Editorial. Fundación Confemetal.
- TSCHOHL, J. (s.f.). Servicio al Cliente.
- Vergara, J. C. y Quesada, V. M. (2011). *Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales*. Revista Electrónica de Investigación Educativa.
- Vicuña, H. (21 de mayo de 2016). *Industria del software peruano seguirá creciendo a dos dígitos, según experto*. En Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/industria-software-peruano-seguira-creciendo-dos-digitos-experto-146127>.
- Ward, J., Bitner, M.J., & Barnes, J.W. (1992). *Measuring the Prototypicality and Meaning of Retail Environments*. Journal of Retailing, 69(2), pp. 194-220.
- Woodruff, R.B., Cadotte, E.R., & Jenkins, R.L. (1983). *Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experienced-Based Norms*. Journal of Marketing Research, 20, 296-304.
- Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la Gestión Pública*. Caracas.

Zeithaml, V. & Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.

Zeithaml, V., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1988). *Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.

### **Páginas web**

quesignificado.com. (s.f.). Disponible en <http://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>

itson.mx. (s.f.). Disponible en <http://www.itson.mx/>

conocimientosweb.net. (17 de octubre de 2017). Recuperado de [conocimientosweb.net:](http://www.conocimientosweb.net/)  
<http://www.conocimientosweb.net/descargas/article1087.html>

aec.es. (s.f.). Disponible <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>

crecenegocios.com. (s.f.). Disponible en <https://www.crecenegocios.com/valor-agregado/>

magentaig.com. (s.f.). Disponible en <http://magentaig.com/marketing-experiencial-fidelizando-al-cliente/>