



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL ÁREA DE SERVICIO TÉCNICO EN UNA EMPRESA DE VENTA DE MOTOS DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en **Administración**

Autora:

Br. Sandra Lisseth Acevedo Pomacondor

Asesor:

Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa

Trujillo - Perú

2018

## TABLA DE CONTENIDOS

ACTA DE AUTORIZACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	2
ACTA DE EVALUACIÓN DE LA TESIS .....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	19
CAPÍTULO III. RESULTADOS .....	21
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	27
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS .....	33

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Dimensión Tangibles	Pg. 21
Tabla N°2	Dimensión Confiabilidad	Pg. 22
Tabla N°3	Dimensión Capacidad de Respuesta	Pg. 23
Tabla N°4	Dimensión Seguridad	Pg. 24
Tabla N°5	Dimensión Empatía	Pg. 25
Tabla N°6	Dimensión Calidad de Servicio	Pg. 26

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1	Dimensión Tangibles	Pg. 21
Figura N°2	Dimensión Confiabilidad	Pg. 22
Figura N°3	Dimensión Capacidad de Respuesta	Pg. 23
Figura N°4	Dimensión Seguridad	Pg. 24
Figura N°5	Dimensión Empatía	Pg. 25
Figura N°6	Dimensión Calidad de Servicio	Pg. 26

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación es determinar la percepción de la calidad del servicio al cliente del área de servicio técnico en una empresa de venta de motos de la ciudad de Trujillo, 2017. Es una investigación descriptiva no experimental transversal, en la que se implementó el uso del método Servqual a una población de 900 clientes de la empresa, quedando una muestra de 180 clientes atendidos durante el periodo de agosto a octubre del presente año, el diseño es descriptivo, que determina los efectos de calidad del servicio brindada por la empresa. Se hace uso de un instrumento denominado cuestionario constituido de 5 partes: La variable Calidad de Servicio, conformada por cinco dimensiones: Tangibles (4 ítems), Confiabilidad (5 ítems), Capacidad de Respuesta (4 ítems) Seguridad (4 ítems) y Empatía (5 ítems). Esta variable tuvo un total de veintidós ítems. Las alternativas de los ítems de la variable Calidad de Servicio tuvieron la siguiente valoración: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Indiferente (3), En desacuerdo (2), y Totalmente en desacuerdo (1). Se concluye que los clientes de la empresa perciben un nivel de calidad alto, que actualmente no lo perciben en la empresa. Se observa que de los 180 clientes de la empresa encuestados el 44,4% percibe en un nivel alto de la variable, el 29,4% percibe un nivel bajo de esta variable y el 26,1% percibe en un nivel regular de esta variable.

**Palabras clave:** Método Servqual - Dimensiones Tangibles – Confiabilidad – Capacidad de Respuesta – Seguridad – Empatía.

## **NOTA DE ACCESO**

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

## REFERENCIAS

- Alcalde Enríquez, E. y Castañeda Oña, J. (2016). Estudio de la calidad de servicio brindada por la empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. en la ciudad de Chiclayo 2014. Chiclayo.
- Berry, Leonard. (1989). La Calidad de Servicio. Estados Unidos. Díaz de Santos.
- Cabanillas Salazar, E. (2017). Calidad en las empresas del sector automotriz de vehículos livianos y pasajeros de Lima Metropolitana. Lima.
- Chigne Bazán, C. (2015). Programa de capacitación, para mejorar la calidad de servicio en la empresa de transportes Emtrafesa S.A.C. - Agencia Trujillo: 2014. Trujillo.
- Cueva Paredes, N. (2016). Percepción de la calidad del servicio de la empresa de transportes Royal Travel S.C.R.L., Trujillo - Quiruvilca; mediante modelo servqual – 2016. Trujillo.
- Cristín, M. d. (2016). La Responsabilidad de la administración y su relación con los estándares de calidad de los servicios públicos. España. Instituto nacional de administración pública.
- Deming, W. (1989). Calidad productividad y competitividad: La salida de la crisis. México. Díaz de Santos.
- Denton, D. K. (1989). Calidad en el servicio a los clientes. Estados Unidos. Díaz de Santos.
- Droguett Jorquera, F. (2012). Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria Automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes. Chile.
- Evans, J. R. (2008). La administración y control de calidad. México. Cengage Learning.
- Grönroos, C. (1987). Marketing y gestión de servicios. Estados Unidos: Díaz de Santos.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2016). Metodología de la Investigación. México. Mc Graw Hi Companies.
- Hoffman, D. y Bateson, John. (2012). Marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos. México. Cengage Learning
- Juran, J. (1983). Manual de control de calidad. New York, Estados Unidos. Amazon.
- Larrea, P. (1991). Calidad de servicio del Marketing a la Estrategia. España. Díaz de Santos.
- Lovelock, C. H. (2004). Marketing de servicios. Los Ángeles, EE. UU. Amazon.
- Pablo Fernández, H. B. (2003). La gestión del Marketing de servicios. Argentina. Ediciones Granica.
- Pamies, D. S. (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. España. Amazon.
- Parasuraman. (1992). Marketing de Servicios. Estados Unidos. Mc Green.
- Pinilla, J. (2008). Marketing sectorial. Madrid, España. Esic Editorial.
- Rey, S. (2006). Implantación de un sistema de calidad, los diferentes sistemas de calidad existentes en una organización. España. Ideas propias Editorial.
- Rosander, A. (1992). La búsqueda de la calidad en los servicios. España. Díaz de Santos.
- Vargas, M. C. (2009). Manual de evaluación de la calidad del Servicio de Enfermería. México. Medica Panamericana.
- Varo, J. (1993). Gestión estratégica en la calidad de los Servicios. España. Díaz de Santos.
- Velasco, J. A. (1994). Gestión de la calidad empresarial. España. Esic Editorial.
- Zeithaml, Valerie (2013). Calidad Total en la Gestión de Servicios. México. Díaz de Santos.