

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA
EMPRESA MAPFRE-CAJAMARCA 2018 BAJO LOS
MODELOS SERVQUAL Y DE KOTLER Y KELLER”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración



Autores:

Bach. Nathaly Pierina Rojas Tejada
Bach. Silvia Virginia Sánchez Uceda

Asesor:

Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera

Cajamarca - Perú

2019

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
Antecedentes.....	10
Definiciones conceptuales.....	22
1.2 Formulación del problema.....	41
1.4 Hipótesis.....	42
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	43
2.1. Tipo de investigación.....	43
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....	43
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	44
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	46
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	52
REFERENCIAS.....	56
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA n° 1. Diferencia entre calidad y calidad total	27
TABLA n° 2. Niveles de satisfacción del cliente de la empresa Mapfre- Cajamarca 2018 bajo el modelo Servqual y de Kotler y Keller	46
TABLA n° 3. Niveles de satisfacción del cliente de la empresa Mapfre- Cajamarca 2018 bajo el modelo Servqual	47
TABLA n° 4. Niveles de satisfacción del cliente de la empresa Mapfre- Cajamarca 2018 bajo el modelo de Kotler y Keller	49
TABLA n° 5. Comparación Modelo Servqual y de Kotler y Keller	50
TABLA n° 6. La satisfacción del cliente en la dimensión elementos tangibles de Mapfre Cajamarca 2018	93
TABLA n° 7. La satisfacción del cliente en la dimensión de fiabilidad de Mapfre Cajamarca 2018	94
TABLA n° 8. La satisfacción del cliente en la dimensión capacidad de respuesta de Mapfre Cajamarca 2018	96
TABLA n° 9. La satisfacción del cliente en la dimensión seguridad de Mapfre Cajamarca 2018	97
TABLA n° 10. La satisfacción del cliente en la dimensión empatía de Mapfre Cajamarca 2018	99
TABLA n° 11. La satisfacción del cliente en la dimensión expectativa de Mapfre Cajamarca 2018	101
TABLA n° 12. La satisfacción del cliente en la dimensión niveles de satisfacción en Mapfre Cajamarca 2018	102
TABLA n° 13. La satisfacción del cliente en la dimensión rendimiento percibido en Mapfre Cajamarca 2018	103

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA n° 1. Expectativas del nivel del servicio	32
FIGURA n° 2. Los ambientes de la empresa son atractivos y acogedores	62
FIGURA n° 3. Los ambientes de la empresa se encuentran impios	63
FIGURA n° 4. Los programas y equipos informáticos son adecuados para llevar a cabo su trabajo	64
FIGURA n° 5. La empresa cuenta con los recursos materiales suficientes para cumplir su trabajo	65
FIGURA n° 6. Los colaboradores de la empresa tiene aspecto pulcro	66
FIGURA n° 7. La empresa cumple lo que promete en el tiempo indicado	67
FIGURA n° 8. La empresa muestra interés en resolver sus requerimientos y reclamos	68
FIGURA n° 9. Los colaboradores brindan el servicio de la manera correcta	69
FIGURA n° 10. La empresa se preocupa por informar a los clientes sobre Los tiempos de atención	70
FIGURA n° 11. Se da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios	71
FIGURA n° 12. Los colaboradores de la empresa siempre están dispuesto a ayudarle	72
FIGURA n° 13. Los colaboradores nunca están demasiado ocupados para responder a su solicitud	
FIGURA n° 14. El personal da la imagen de estar cualificado para las tareas que tiene que realizar	74
FIGURA n° 15. El personal da una imagen de honestidad y confianza	75
FIGURA n° 16. La empresa mantiene segura su información	76
FIGURA n° 17. El trato del personal con el clientes es considerado y amable	77
FIGURA n° 18. La empresa tiene horarios adecuados para los cliente	78
FIGURA n° 19. La empresa se preocupar por sus intereses	79
FIGURA n° 20. La empresa brinda atención personalizada a sus clientes	80
FIGURA n° 21. El servicio que ofrece la empresa se adapta a sus necesidades	81
FIGURA n° 22. Los colaboradores de la empresa son claros en las explicaciones o informaciones dadas	82
FIGURA n° 23. Al acudir a la empresa sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios prestados	83
FIGURA n° 24. Considera que la confianza que le brinda la empresa es buena	84
FIGURA n° 25. La empresa cuenta con precios competitivos	85
FIGURA n° 26. El precio de los seguros TREC de la empresa están de acorde con los servicios brindados	86
FIGURA n° 27. Los catálogos y folletos son de fácil comprensión	87
FIGURA n° 28. La empresa mantiene informados a los clientes respecto a los cambio y/o servicios que ofrecen	88
FIGURA n° 29. Las mejoras que implementa la empresa cubre sus necesidades	89
FIGURA n° 30. La empresa presta un buen servicio en comparación a la competencia	90

FIGURA n° 31. Considera que los colaboradores de la empresa están capacitados	91
FIGURA n° 32. Los colaboradores de la empresa han solucionado Satisfactoriamente sus reclamos	92
FIGURA n° 33. La calidad del servicio en la dimensión elementos tangibles de Mapfre Cajamarca 2018	96
FIGURA n° 34. La calidad del servicio en la dimensión de fiabilidad de Mapfre Cajamarca 2018	98
FIGURA n° 35. La calidad del servicio en la dimensión capacidad de respuesta de Mapfre Cajamarca 2018	99
FIGURA n° 36. La calidad del servicio en la dimensión seguridad de Mapfre Cajamarca 2018	100
FIGURA n° 37. La calidad del servicio en la dimensión empatía de Mapfre Cajamarca 2018	101
FIGURA n° 38. La satisfacción del cliente en la dimensión expectativa de Mapfre Cajamarca 2018	101
FIGURA n° 39. La satisfacción del cliente en la dimensión niveles de satisfacción de Mapfre Cajamarca 2018	102
FIGURA n° 40. La satisfacción del cliente en la dimensión rendimiento percibido de Mapfre Cajamarca 2018	104

RESUMEN

Se realizó el estudio para determinar los niveles de satisfacción del cliente de Mapfre – Cajamarca 2018, los instrumentos que se utilizaron fueron dos hojas censales una para medir la satisfacción del cliente bajo el modelo servqual, que consta de 19 preguntas y la otra para medir la satisfacción del cliente bajo el modelo de Kotler y Keller con 12 preguntas, se aplicó a los 80 clientes TREC de Mapfre Cajamarca, el diseño y metodología aplicada fue no experimental - transversal.

El diseño fue no experimental ya que la variable no fue manipulada, únicamente se observaron los fenómenos tal como se dieron en su contexto natural y luego fueron analizadas. El diseño fue transversal porque los individuos de este estudio fueron observados solo una vez a través de la hoja censal realizada. Los resultados obtenidos luego de la interpretación de las hojas censales según el Alfa de Cronbach que se obtuvo con una fiabilidad de 0.855 del instrumento el cual denota un nivel alto de precisión, se observó que tanto la satisfacción del cliente, es buena en la empresa, esto se demuestra con los resultados ya que existe un alto grado de satisfacción de los clientes, pero aún existen clientes insatisfechos. La conclusión a la que se llegó es que se debe tomar en cuenta que todo cliente satisfecho en cualquier organización es de vital importancia ya que esto traerá como resultado una fidelización del cliente hacia la compañía y por consiguiente se generará un vínculo cada vez más amplio y fuerte.

Palabras clave: Calidad, satisfacción, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

Albrecht, K (1994). Todo el poder al cliente, el nuevo imperativo de la calidad del servicio (1a. ed) Barcelona: Paidós Iberoamérica.

American Society for Quality (2010). *Basic Concepts* Recuperado de www.asq.org/glossary/q.html.

Andrew J. DuBrin. (2008) Relaciones Humanas Comportamiento humano en el trabajo. México. Pearson Education.

Bazán, D. & Chávez, A. (2017) Nivel de Satisfacción de los Clientes del Centro Clínico Sanna, Utilizando el modelo de Servucción en la Ciudad de Cajamarca en el año 2017. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia: Pearson Education.

Calidad-concepto y filosofía: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby (2013). Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby>.

Camisón. C, Cruz. S y Gonzales. T (2006). Gestión de la calidad conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson Education

Cárdenas, A. (2018) Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción del Cliente del Banco Continental, Los Olivos, 2018 (Tesis para licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Castro, Y. & Contreras, I. (2015). Calidad del Servicio al Cliente en el Sector Bancario de la ciudad de Guayaquil Período 2010-2014 (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Cerdán, F. (2017). Nivel de la Calidad de Servicio de los Clientes Premium de las Tiendas de Interbank de la Ciudad de Cajamarca en el periodo 2016. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Chiluisa, J. (2015). La Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Yambo Tours C.A. de la Ciudad de Latacunga. (Tesis para Licenciatura). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Córdova, L. (2017). Nivel de Calidad de Servicio de la Empresa Macga SAC, usando el Modelo servqual en la Ciudad de Cajamarca, 2017. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Dávila, G (2006) Revista Científica / issn 1315-883X El Razonamiento Inductivo y Deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. Caracas, Venezuela.

Escalante, K. (2017). Relación de la Calidad de Servicio con la Satisfacción del usuario de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, 2017. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada del Norte Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Gallardo, A. & Mori, M. (2016). Nivel de Calidad del Servicio y El Nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank tienda Principal de Trujillo en el primer semestre del año 2016 (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego Trujillo, Trujillo, Perú.

Grönroos, C. (1990). Service management and marketing. Managing the moments of truth in service competition. Lexington Books, Lexington, M.A.

Hernández. R, Fernández. C, Baptista. M (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc. Graw-Hill Interamericana Editores S.A.

Iparraguirre, D. (2016) La Calidad de Servicio de los Agentes Multired y la Satisfacción de los clientes del Banco de La Nación de la Región Tacna año 2015. (Tesis para Licenciatura). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.

Kotler, P (1992). Dirección de Marketing. México: Pearson Education.

Kotler, P. & Keller, K (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Education.

Kotler, P. & Keller, K (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.

Liza, C. & Siancas, C. (2016). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016 (Tesis de Maestría). Universidad Privada del Norte Trujillo, Trujillo, Perú.

Lovelock, C (2009). Marketing de Servicios personal, tecnología y estrategia. México: Pearson Education.

Miranda, H. (2017). Calidad de Servicio y La Satisfacción de los Clientes en el Banco Internacional del Perú Tienda 500 Huancayo, 2016-2017. (Tesis para Licenciatura). Universidad Continental, Huancayo, Huancayo, Perú.

Moliner, C. (2001). Calidad de servicio y satisfacción de cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17(2), 233-235.

Normas ISO 9000 (s.f). *Glorario* Recuperado de www.normas9000.com/content/glosario.aspx.

Pardo, M. (2018). Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente del área de farmacia de la Clínica Maisón de Santé, Sede Surco, Lima 2015 (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Post Grado, Lima, Perú.

Reyes, S (2014). Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango. (Tesis para licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala.

Ruiz-Canela, J. (2004). *La gestión por Calidad Total en la empresa moderna*. Madrid:RA-MA

Sosa, D. (2006). *Administración por Calidad Un modelo de calidad total para las empresas*: México: LIMUSA.

Rust, R. y Oliver, R. (1994). *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.

Setó, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.

Thompson, I. (2005). La Satisfacción del cliente. Recuperado de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf.

Viladas, X. (2010). *El Diseño a su Servicio, Cómo mejorar una idea de negocio con la ayuda de un diseñador*.

Zeithaml, Bitner y Gremler (2009). *Marketing de Servicios*. Mc. Graw-Hill.

Presenta las referencias del material bibliográfico utilizado para la elaboración de Informe de tesis. Requiere el cumplimiento de los estándares del Manual de redacción académica UPN.