



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

La calidad del servicio y su efecto en la lealtad de los
clientes del supermercado Wong en la ciudad de Trujillo
año 2016

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LINCENCIADA EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

Morán Ottiniano, Milena Maritza

ASESOR:

Mg. Ugarriza Gross, Gustavo Adolfo
Mg. Baltodano Nontol, Luz Alicia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento del Consumidor

TRUJILLO – 2016

PÁGINA DEL JURADO

Luz Alicia Baltodano Nontol
PRESIDENTE

Gustavo Adolfo Ugarriza Gross
SECRETARIO

Víctor Hugo Ramirez Gomez
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado en esta etapa de mi vida para culminar con éxito mi carrera profesional.

A mi hermana Sammy, por ayudarme cuando más la necesité, por el cariño y el amor que siempre ha tenido para darme.

A mi hermanita Shirley, que junto a los abuelos allá arriba, siempre han cuidado de mí.

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi madre, padre, hermana, amigas, asesores y profesores por estar conmigo motivándome para poder seguir adelante

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Mediante el presente documento. Yo, Milena Maritza Morán Ottiniano, identificada con DNI N° 70039556, a efecto con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grado y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Marketing y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presenta tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si así lo cree conveniente.

Trujillo, 24 de Noviembre de 2016.



Milena Maritza, Morán Ottiniano

DNI: 70039556

PRESENTACIÓN

El proyecto de investigación titulado “La Calidad del servicio y su efecto en la lealtad de los clientes de supermercados Wong año 2016”, esta tesis busca determinar el efecto de la calidad de servicio en la lealtad de los clientes del supermercado Wong en la ciudad de Trujillo año 2016.

El estudio busca evaluar la percepción de los clientes en relación a la fiabilidad del servicio, identificar la percepción de los clientes en relación a la empatía de los vendedores, evaluar la percepción de los clientes en relación a la seguridad y accesibilidad, evaluar la percepción de los clientes en relación a los elementos tangibles, identificar la percepción de los clientes respecto a la capacidad de respuesta de los vendedores, identificar la percepción en relación a las futuras intenciones de los clientes, identificar la percepción en relación con el comportamiento efectivo de los clientes del supermercado Wong. Esperando que el estudio sea de su agrado y sirva como base para futuros proyectos de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	¡Error! Marcador no definido.
PRESENTACIÓN.....	5
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos previos.....	13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	15
Calidad de Servicio.....	15
Calidad:.....	15
Servicio:.....	15
Calidad de servicio:.....	16
Fiabilidad:.....	16
Precio:.....	16
Calidad de Producto:.....	16
Variedad de producto:.....	17
Experiencia de compra:.....	17
Empatía:.....	18
Disposición de vendedores:.....	18
Seguridad y accesibilidad:.....	18
Distribución de Góndolas:.....	19
Seguridad:.....	19
Elementos tangibles:.....	19
Publicidad:.....	20
Información de precios:.....	20
Capacidad de respuesta:.....	21
Rapidez en caja:.....	21
Servicio post venta:.....	21
Lealtad de los clientes:.....	22
Futuras Intenciones:.....	22
Comportamiento Efectivo:.....	22
Frecuencia de visita:.....	22
1.4 Formulación del problema.....	23
1.5 Justificación del estudio.....	23
1.6 Hipótesis.....	24

1.7	Objetivos	24
1.7.1	Objetivo General	24
1.7.2	Objetivos Específicos	24
II.	MÉTODO	25
2.1	Diseño de investigación	25
2.2	Variables, operacionalización	26
2.3	Población y muestra	28
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
2.5	Métodos de análisis de datos	29
2.6	Aspectos éticos	29
III.	RESULTADOS	30
IV.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
V.	CONCLUSIONES	34
VI.	RECOMENDACIONES	35
VII.	REFERENCIAS	36
VIII.	ANEXOS	38

RESUMEN

El presente estudio contiene resultados que se desarrolló en supermercado wong en la ciudad de Trujillo.

Esta investigación denominada bajo el nombre “La calidad del servicio y su efecto en la lealtad de los clientes del supermercado Wong en la ciudad de Trujillo año 2016”, con la finalidad de darnos cuenta de las necesidades de los clientes y así mejorar la calidad de servicio que se merecen, de esta manera respalden su lealtad. Se tiene como objetivo general determinar el efecto de la calidad de servicio en la lealtad de los clientes del supermercado Wong en la ciudad de Trujillo año 2016, y los siguientes objetivos específicos: Evaluar la percepción de los clientes en relación a la fiabilidad del servicio de supermercados Wong, identificar la percepción de los clientes en relación a la empatía de los vendedores de supermercados Wong, evaluar la percepción de los clientes en relación a la seguridad y accesibilidad dentro de supermercados Wong, evaluar la percepción de los clientes en relación a los elementos tangibles de supermercados Wong, identificar la percepción de los clientes respecto a la capacidad de respuesta de los vendedores de supermercados Wong, identificar la percepción en relación a las futuras intenciones de los clientes de supermercados Wong, identificar la percepción en relación con el comportamiento efectivo de los clientes del supermercado Wong.

Este estudio concluyó que los clientes tienen un efecto de relación entre la calidad de servicio y la lealtad de los clientes del supermercado Wong, está considerado un valor de relación significativa de .035.

ABSTRACT

The present study contains results that one developed in supermarket Wong in the city of Trujillo.

This investigation named under the name "The quality of the service and his effect in the loyalty of the clients of the supermarket Wong in the city of Trujillo year 2016 ", with the purpose of realizing the needs of the clients and this way to improve the quality of service that is deserved, hereby endorse his loyalty. There has be as general aim determine the effect of the quality of service in the loyalty of the clients of the supermarket Wong in the city of Trujillo year 2016, and the following specific aims: To evaluate the perception of the clients in relation to the reliability of the service of supermarkets Wong, to identify the perception of the clients in relation to the empathy of the sellers of supermarkets Wong, to evaluate the perception of the clients in relation to the safety and accessibility inside supermarkets Wong, To evaluate the perception of the clients in relation to the tangible elements of supermarkets Wong, to identify the perception of the clients with regard to the capacity of response of the sellers of supermarkets Wong, to identify the perception in relation to the future intentions of the clients of supermarkets Wong, to identify the perception in relation with the effective behavior of the clients of the supermarket Wong.

This study concluded that the clients have an effect of relation between the quality of service and the loyalty of the clients of the supermarket Wong, it is considered to be a value of significant relation of .035.