

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

**“NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
INTERNO Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
ATENCIÓN DEL SERVICIO QUE OFRECE EL ÁREA
DE LOGÍSTICA DE LA SUB REGIÓN PACIFICO DE
NUEVO CHIMBOTE EN EL AÑO 2012”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:
PAICO BRICEÑO SEGUNDO CESAR**

**ASESORA:
MG. ESPINOZA RODRIGUEZ OLENKA ANA CATHERINE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
RECURSOS HUMANOS Y MEDIO AMBIENTE**

**NUEVO CHIMBOTE - PERÚ
2012**

DEDICATORIA

**A MI MADRE, A TI TE DEBO TODOS Y
CADA UNO DE LOS PASOS QUE HE DADO
EN MI VIDA. ERES LA MUJER MÁS
IMPORTANTE EN MI VIDA. PARA TI ESTE
ÉXITO. TE AMO**

**A MI PADRE, POR SU APOYO
INCONDICIONAL, ERES EL HOMBRE MÁS
MARAVILLOSO QUE CONOZCO.
TE AMO**

**A MIS ABUELITOS LUZMILA, CESARIO Y
SEGUNDO Y MI PRIMO RICHARD, QUE
AUNQUE YA NO ESTÉN FÍSICAMENTE, SÉ
QUE HAN ESTADO A MI LADO EN TODO
MOMENTO GUIÁNDOME Y BENDICIENDO
TODOS MIS PASOS.**

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía y darme la vida, la salud y sabiduría que he necesitado para lograr todo lo que me e propuesto.

A mi Madre, por ser mi motor, sin ti nada de esto habría sido posible. Te amo

A mi Padre, por siempre estar conmigo brindándome todo su apoyo y experiencia.
Te amo

A mi profesora Mg. Espinoza Rodríguez Olenka Ana Catherine, Docente del curso, por su apoyo y paciencia, mi más apreciado agradecimiento, por contribuir en la culminación de esta investigación y aprendizaje.

A mis docentes que en el transcurso de mi carrera profesional contribuyeron en mi aprendizaje, mi formación académica y profesional, en especial al docente Luis A. Calderón Yarleque y Medina Bolo José por todo su apoyo brindado en esta investigación.

A mi familia, por siempre acompañarme en los buenos momentos, pero sobre todo en los malos momentos; por entender, comprender, darme apoyo y sobre todo su cariño, cuando siempre lo he necesitado.

A la Srta. Haydee Ganoza por toda su colaboración, desde los primeros momentos de este largo camino, muchas gracias.

A todas aquellas personas que de una u otra forma intervinieron en la consecución de mis objetivos.

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: Nivel de Satisfacción del Cliente Interno y su relación con la Calidad de Atención del Servicio que ofrece el área de logística de la Sub Región Pacífico de Nuevo Chimbote en el año 2012, con el objeto de optar el grado de : **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

La investigación que se ha desarrollado, representa un aporte que espero contribuya a mejorar la satisfacción del cliente interno en la Institución mencionada.

Expreso mi profundo agradecimiento a todos nuestros maestros que contribuyeron con su abnegada labor en el proceso de aprendizaje de la carrera universitaria, en especial a mi asesora por brindarme su incondicional apoyo,

AUTOR

ÍNDICE

	Págs.
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
PRESENTACIÓN.....	IV
ÍNDICE.....	V
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI

PARTE I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1.1. Realidad Problemática.....	13
1.1.2. Formulación del problema.....	17
1.1.3. Justificación.....	17
1.1.4. Antecedentes.....	18
1.1.5. Objetivos.....	26
1.1.5.1. General.....	26
1.1.5.2. Específicos.....	26

MARCO TEÓRICO

1.2. MARCO REFERENCIAL	
1.2.1. MARCO TEÓRICO.....	27
1.2.1.1. SATISFACCIÓN.....	27
1.2.1.1.1. Definición.....	27
1.2.1.2. CLIENTE.....	29
1.2.1.2.1. Definición.....	29
1.2.1.2.2. Tipos de Clientes.....	30
1.2.1.2.2.1. El Cliente Interno.....	30
A. Definición.....	30
B. Importancia.....	30

1.2.1.2.2.2.	El Cliente Externo.....	31
A.	Definición.....	31
1.2.1.3.	PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR.....	31
1.2.1.3.1.	Percepción.....	31
1.2.1.3.1.1.	Definición.....	31
1.2.1.3.2.	Estímulos Perceptivos.....	32
1.2.1.3.2.1.	Definición.....	32
1.2.1.3.3.	Proceso Perceptivo.....	33
1.2.1.3.3.1.	Definición.....	33
1.2.1.3.3.2.	Selección.....	33
A.	Naturaleza del Estímulo.....	34
B.	Aspectos Internos del individuo.....	34
a.	Expectativas.....	35
b.	Motivos.....	35
i.	Exposición selectiva.....	36
ii.	Atención Selectiva.....	36
1.2.1.3.3.3.	Organización.....	37
1.2.1.3.3.4.	Interpretación.....	37
1.2.1.4.	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	38
1.2.1.4.1.	Medición de la Satisfacción.....	38
1.2.1.4.2.	Beneficios de Lograr la Satisfacción.....	39
1.2.1.5.	SERVICIO.....	41
1.2.1.5.1.	Definición.....	41
1.2.1.5.2.	Características.....	42
1.2.1.5.2.1.	Intangibilidad.....	42
1.2.1.5.2.2.	Inseparabilidad.....	43
1.2.1.5.2.3.	Heterogeneidad o inconsistencia.....	44
1.2.1.5.2.4.	Carácter perecedero.....	44
1.2.1.5.2.5.	Ausencia de Propiedad.....	45
1.2.1.5.3.	Dimensiones.....	45
1.2.1.5.3.1.	El Objeto de servicio.....	45
1.2.1.5.3.2.	Grado de vinculación de los consumidores con la empresa.....	46
1.2.1.5.3.3.	Medida en que interviene el consumidor con el diseño de su servicio.....	46

1.2.1.5.3.4. Naturaleza de la demanda del servicio con relación a la oferta.....	47
1.2.1.5.3.5. Distribuir el servicio.....	47
1.2.1.5.3.6. Duración de los beneficios de los servicios.....	48
1.2.1.5.4. Servicio Interno.....	48
1.2.1.6. CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	49
1.2.1.6.1. Calidad como excelencia.....	49
1.2.1.6.2. Calidad como valor.....	50
1.2.1.6.3. Calidad como ajuste a las especificaciones.....	51
1.2.1.6.4. Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores.....	51
1.2.1.6.5. Calidad.....	52
1.2.1.6.5.1. Definición.....	52
A. Principios de la calidad.....	54
a. Organización orientada al cliente.....	54
b. Liderazgo.....	55
c. Participación del personal.....	56
d. Enfoque orientado a procesos.....	56
e. Enfoque del sistema para la gestión.....	57
f. Mejora Continua.....	58
g. Enfoque Objetivo para la toma de decisiones.....	58
h. Relación mutuamente beneficiosa con el suministrador.....	59
1.2.1.6.6. Atención al Cliente.....	60
1.2.1.6.7. Objeto de Atención al Cliente.....	60
1.2.1.6.8. Modelo SERVQUAL.....	61
1.2.1.6.8.1. Dimensiones Subyacentes del Modelo.....	62
1.2.1.6.9. Calidad en el Servicio.....	63
1.2.1.6.9.1. Dimensiones en la Calidad del Servicio.....	63
A. Confianza.....	63
B. Responsabilidad.....	64
C. Seguridad.....	64
D. Empatía.....	64
E. Tangibles.....	65
1.2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	66

PARTE II
MARCO METODOLÓGICO

2. MARCO METODOLOGICO	
2.1. Hipótesis.....	68
2.2. Variables.....	69
2.2.1. Definición Conceptual.....	69
2.2.2. Definición Operacional.....	69
2.3. Metodología.....	70
2.3.1. Tipo de estudio.....	70
2.3.2. Diseño.....	70
2.4. Población y muestra.....	71
2.5. Método de Investigación.....	72
2.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	73
2.7. Procedimientos y Recolección de datos.....	75
2.8. Métodos de análisis de datos.....	75

PARTE III
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3. RESULTADOS.....	77
--------------------	----

PARTE IV
DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4. DISCUSIÓN.....	111
-------------------	-----

PARTE V
CONCLUSIONES Y RESULTADOS

5. CONCLUSIONES.....	118
6. SUGERENCIAS.....	120
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121
8. ANEXOS.....	124

RESUMEN

La presente investigación de la tesis titulada: "Nivel de Satisfacción del Cliente Interno y su relación con la Calidad de Atención del servicio que ofrece el área de logística de la Sub Región Pacífico de Nuevo Chimbote en el año 2012", corresponde a determinar, ¿cuál es el nivel de satisfacción del cliente interno y su relación con la calidad de atención del servicio que ofrece el área de logística de la Sub Región Pacífico de Nuevo Chimbote en el año 2012?

Entre los objetivos planteados en la presente investigación se ha incluido determinar la relación entre el nivel de satisfacción del cliente interno y su relación con la calidad de atención del servicio que ofrece el área de logística de la Sub Región Pacífico de Nuevo Chimbote en el año 2012.

La investigación es de tipo descriptivo – correlacional. La muestra estudiada fue de 62 clientes internos, es decir todos los trabajadores de las diferentes áreas beneficiados por el área de logística de la sub región pacifico y que por lo menos estén laborando un periodo de seis meses.

En ese sentido, para recabar la información necesaria se aplicaron dos cuestionarios como instrumentos uno para cada variable, donde el nivel de satisfacción del cliente interno quedo constituido por 25 preguntas y el de calidad de atención con 11 preguntas, ambos constituidos por la misma escala de Likert – Ordinal.

Las conclusiones radican en que se encontró que la relación es significativa positiva y considerable, es decir que existe relación significativa cuando el cliente interno le da mayor importancia cuando obtiene el producto y/o servicio requerido en ese momento y cuando hay tiempo de demora demuestra la insatisfacción. Lo que da comprobada la hipótesis general planteada en el presente estudio de investigación, que existe una relación significativa positiva y considerable entre las variables de estudio. En consecuencia, se realizo las recomendaciones principales, para mejorar la relación entre la satisfacción del cliente interno y la calidad de atención del servicio que ofrece el área de logística de la sub región pacífico de Nuevo Chimbote.

ABSTRACT

This research thesis entitled: "Level of Internal Customer Satisfaction and its relationship with the Care Quality of service offered by the logistics area of the Pacific Region Sub Nuevo Chimbote in 2012" corresponds to determine? what level of internal customer satisfaction and its relationship to the quality of care provided by the service logistics area of the Pacific Region Sub Nuevo Chimbote in 2012?

Among the objectives in this research is included to determine the relationship between the level of internal customer satisfaction and its relationship to the quality of care provided by the service logistics area of the Pacific Region Sub Nuevo Chimbote in 2012.

The research is descriptive - correlational. The study sample was 62 internal customers, ie all workers in the different areas served by the area of logistics sub pacific region and are laboring at least a period of six months.

In that sense, to gather the necessary information and tools applied two questionnaires one for each variable, where the level of internal customer satisfaction was composed of 25 questions and the quality of care with 11 questions, both made of the same scale Likert - Ordinal.

The conclusions are that it was found that the relationship is significantly positive and significant, meaning that there is significant relationship when the internal client gives greater importance when you get the product and / or service required at the time and when the delay time shows dissatisfaction. What gives the general hypothesis tested in this study raised research, there is a significant positive and significant relationship between the study variables. Consequently, the main recommendations was done to improve the relationship between internal customer satisfaction and service quality of care offered by the area's logistics sub Nuevo Chimbote Pacific region.