



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS EN EL PRIMER SEMESTRE DE LA EMPRESA VG+S.A., DISTRITO TRUJILLO 2016”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Br. Milagros Justina Pinedo Caldas

Br. Carolyn Heidy Vega Pretell

Asesora:

Lic. María del Carmen D'Angelo Panizo

Trujillo – Perú
2016

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres **Milagros Justina Pinedo Caldas** y **Carolyn Heidi Vega Pretell**, denominada:

“LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS EN EL PRIMER SEMESTRE DE LA EMPRESA VG+S.A., DISTRITO TRUJILLO 2016”.

Lic. María del Carmen D'Angelo Panizo
ASESORA

Ing. Ysabel Margaret Tinta Rojas
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Ronald Guevara Pérez
JURADO

Mg. Jocelyn Infante Linares
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Justificación	3
1.4. Limitaciones.....	4
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. Objetivo General.....	4
1.5.2. Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases Teóricas	7
2.2.1. Calidad de Servicios	7
2.2.2. Ventas	12
2.3. Definición de términos básicos.....	16
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS	17
3.1. Formulación de la hipótesis.....	17
3.2. Operacionalización de variables.....	18
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS.....	19
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	19
4.2. Material de estudio.....	19
4.2.1. Unidad de estudio.....	19
4.2.2. Población.....	19
4.2.3. Muestra.....	20

4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.....	21
4.3.1. Técnicas.....	21
4.3.2. Instrumentos.....	21
CAPÍTULO 5. RESULTADOS.....	22
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN.....	44
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	49
Anexo n°. 1. Cuestionario.....	49
Anexo n°. 2. Fotografías de instalaciones de la empresa VG + S.A.	62
Anexo n°. 3. Fotografías de instalaciones de la empresa PECSA.....	63
Anexo n°. 4. Fotografías de instalaciones de la empresa GASPETROL.....	64
Anexo n°.5. Prueba de confiabilidad estadística.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n.º 1	LA EMPRESA VG + S.A. TIENE EQUIPOS DE APARIENCIA MODERNA	22
Tabla n.º 2.	LAS INSTALACIONES FISICAS DE LAS EMPRESAS VG + S.A. SON VISUALMENTE ATRACTIVAS	23
Tabla n.º 3.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG + S.A. TIENEN APARIENCIA PULCRA.....	24
Tabla n.º 4.	LOS MATERIALES (EL MARCADOR, DISPENSADOR) RELACIONADOS CON EL SERVICIO SON VISUALMENTE ATRACTIVOS	25
Tabla n.º 5.	CUANDO LA EMPRESA DE LA EMPRESA VG + S.A. PROMETE HACER ALGO EN CIERTO TIEMPO, LO HACE	26
Tabla n.º 6.	CUANDO UN CLIENTE TIENE UN PROBLEMA, LA EMPRESA VG + S.A. MUESTRA UN SINCERO INTERES EN RESOLVERLO.....	27
Tabla n.º 7.	LA EMPRESA VG +S.A. REALIZA BIEN EL SERVICIO LA PRIMERA VEZ.....	28
Tabla n.º 8.	LA EMPRESA VG +S.A. CONCLUYE EL SERVICIO EN EL TIEMPO PROMETIDO.....	29
Tabla n.º 9.	CONSIDERA QUE LA EMPRESA VG +S.A. NO COMETE ERRORES EN SU SERVICIO	30
Tabla n.º 10.	LA EMPRESA DE LA EMPRESA VG +S.A. LE COMUNICA CUANDO CONCLUIRÁ EL SERVICIO	31
Tabla n.º 11.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. LE OFRECEN UN SERVICIO RÁPIDO	32
Tabla n.º 12.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. SIEMPRE ESTAN DISPUESTOS A AYUDAR A LOS CLIENTES	33
Tabla n.º 13.	CONSIDERAR QUE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. NUNCA ESTAN DEMASIADO OCUPADOS PARA RESPONDER A SU SOLICITUD	34
Tabla n.º 14.	EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. TRANSMITE CONFIANZA A USTED COMO CLIENTE	35
Tabla n.º 15.	COMO CLIENTE DE LA EMPRESA VG +S.A. SE SIENTE SEGURO EN SU REALACIÓN COMERCIAL CON ELLA	36
Tabla n.º 16.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. SON SIEMPRE AMABLES CON USTED	37
Tabla n.º 17.	CONSIDERA QUE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. TIENEN CONOCIMIENTO SUFICIENTE SOBRE LO QUE OFRECEN	38

Tabla n.º 18. LA EMPRESA VG +S.A. BRINDA UNA ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA	39
Tabla n.º 19. LA EMPRESA VG +S.A. TIENE HORARIOS DE TRABAJO CONVENIENTE PARA USTED COMO CLIENTE	40
Tabla n.º 20. LA EMPRESA VG +S.A. TIENE EMPLEADOS QUE OFRECEN UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA AL BRINDAR SU SERVICIO.	41
Tabla n.º 21. SIENTE QUE LA EMPRESA VG + S.A. SE PREOCUPA POR SUS INTERESES COMO CLIENTE	42
Tabla n.º 22. LOS EMPLEADOS QUE LE ATIENDEN, COMPRENDEN SUS NECESIDADES ESPECIFICAS COMO CLIENTE	43
Tabla n.º 23. TABLA DE CALCULO DE MODA DEL CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL	50
Tabla n.º 24. TABLA DE VALORACION DEL CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL	51
Tabla n.º 25. TABLA DE LAS DIMENSIONES DEL CUESTIONARIO MODELO SERVQUAL	57
Tabla n.º 26. TABLA DE ALFA DE CRONBACH	66

ÌNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica n.º 1	LA EMPRESA VG + S.A. TIENE EQUIPOS DE APARIENCIA MODERNA	22
Gráfica n.º 2.	LAS INSTALACIONES FISICAS DE LAS EMPRESAS VG + S.A. SON VISUALMENTE ATRACTIVAS.....	23
Gráfica n.º 3.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG + S.A. TIENEN APARIENCIA PULCRA	24
Gráfica n.º 4.	LOS MATERIALES (EL MARCADOR, DISPENSADOR) RELACIONADOS CON EL SERVICIO SON VISUALMENTE ATRACTIVOS.....	25
Gráfica n.º 5.	CUANDO LA EMPRESA DE LA EMPRESA VG + S.A. PROMETE HACER ALGO EN CIERTO TIEMPO, LO HACE.....	26
Gráfica n.º 6.	CUANDO UN CLIENTE TIENE UN PROBLEMA, LA EMPRESA VG + S.A. MUESTRA UN SINCERO INTERES EN RESOLVERLO.	27
Gráfica n.º 7.	LA EMPRESA VG +S.A. REALIZA BIEN EL SERVICIO LA PRIMERA VEZ.....	28
Gráfica n.º 8.	LA EMPRESA VG +S.A. CONCLUYE EL SERVICIO EN EL TIEMPO PROMETIDO	29
Gráfica n.º 9.	CONSIDERA QUE LA EMPRESA VG +S.A. NO COMETE ERRORES EN SU SERVICIO.....	30
Gráfica n.º 10.	LA EMPRESA DE LA EMPRESA VG +S.A. LE COMUNICA CUANDO CONCLUIRÁ EL SERVICIO	31
Gráfica n.º 11.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. LE OFRECEN UN SERVICIO RÁPIDO.....	32
Gráfica n.º 12.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. SIEMPRE ESTAN DISPUESTOS A AYUDAR A LOS CLIENTES.....	33
Gráfica n.º 13.	CONSIDERAR QUE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. NUNCA ESTAN DEMASIADO OCUPADOS PARA RESPONDER A SU SOLICITUD.....	34
Gráfica n.º 14.	EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. TRANSMITE CONFIANZA A USTED COMO CLIENTE	35
Gráfica n.º 15.	COMO CLIENTE DE LA EMPRESA VG +S.A. SE SIENTE SEGURO EN SU REALACIÓN COMERCIAL CON ELLA.....	36
Gráfica n.º 16.	LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. SON SIEMPRE AMABLES CON USTED.....	37

Gráfica n.º 17. CONSIDERA QUE LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA VG +S.A. TIENEN CONOCIMIENTO SUFICIENTE SOBRE LO QUE OFRECEN	38
Gráfica n.º 18. LA EMPRESA VG +S.A. BRINDA UNA ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA.....	39
Gráfica n.º 19. LA EMPRESA VG +S.A. TIENE HORARIOS DE TRABAJO CONVENIENTE PARA USTED COMO CLIENTE	40
Gráfica n.º 20. LA EMPRESA VG +S.A. TIENE EMPLEADOS QUE OFRECEN UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA AL BRINDAR SU SERVICIO.....	41
Gráfica n.º 21. SIENDE QUE LA EMPRESA VG + S.A. SE PREOCUPA POR SUS INTERESES COMO CLIENTE	42
Gráfica n.º 22. LOS EMPLEADOS QUE LE ATIENDEN, COMPRENDEN SUS NECESIDADES ESPECIFICAS COMO CLIENTE.	43

RESUMEN

El presente escrito contiene los resultados del proceso investigativo que se desarrolló en la empresa de combustibles VG+ SA – Trujillo, Perú.

En análisis tiene como objetivo general determinar el grado de influencia de la calidad de servicio en el incremento de ventas en el primer semestre de la empresa VG + SA, distrito Trujillo 2016, por lo cual se investigará las necesidades de los clientes, para brindar buenas soluciones de valor agregado y un nivel de excelencia que los satisfaga, y de esta manera garantice su lealtad y maximice el valor generado por cada uno de los clientes que visitan frecuentemente la empresa, ya que para toda proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre las cuales se montan los servicios de excelencia, que en última instancia es el objetivo final de la investigación, porque se recomienda enmarcar los resultados en una buena calidad de servicio como una actividad reiterativa, donde cobra más valor la investigación en la medida que se constituye en el punto de partida del diseño de los servicios como procesos de mejoramiento continuo.

El resultado fue conocer el nivel de influencia que conduce a identificar si existe relación con las ventas, y que, además, sienta las bases para la formulación de un paquete de valor que supere sus expectativas de la empresa en estudio.

ABSTRACT

The present document contains the results of the investigative process that was developed by the company VG SA - Trujillo, Peru. The study called under the name "The quality of service and its influence on sales of VG S.A., in the first half of the 2016, Trujillo" to improve and to realize the need of the customers, to provide good solutions with added value and a level of excellences that meets their satisfaction, and in this way ensures their loyalty and maximizes the value generated by each client who frequently visits the company, since for all projections in the modern world, which include to start from the customer and meet their expectations upon which are mounted excellence services, which ultimately it's is the ultimate goal of the research, because is recommended to frame he results within a good service quality as a reiterative activity, where more research is valued to the extent that constitutes the starting point for the design of services as a process of continuous improvement.

The result was to know the level of influence that leads to identify whether the relationship sales, and which furthermore lays the foundations for the formulation of package of value that exceeds their expectations of the company in study.

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hoffman Douglas y Bateson John E.G. (2011), "Marketing de Servicios y Estrategias", 4ta Edición, Edit. Artgraph, México.
- John Tschohl (2011). Servicio al Cliente. Octava Edición. Service Quality Institute, USA.
- Lovelock, Christopher (2009), "Marketing de Servicios Personal, Tecnología y Estrategia. Integración de Calidad de Servicio y Productividad", 6ª Edición, Edit. Pearson Educación; México.
- Porter Michael E. (2002), "Ventaja Competitiva - Posicionamiento de Servicios en Mercados Competitivos", 11va Edición, Edit. Continental SA., México.
- Dalrymple Douglas J. Y. y Cron William L. (2000),"Administración de Ventas", 1ra Edición, Edit. LIMUSA, México.
- Zeithaml, VA. y Bitner, M.J. (2001), "Marketing de Servicios. Un enfoque de Integración del Cliente en la Empresa", 2da Edición, Mc Graw – Hill, México.
- Fisher, L. & Navarro, V. (1994). Introducción a la investigación de mercado (3ª ed.). McGraw-Hill Interamericana S.A. México.
- ZEITHAML, Valarie A., PARASURAMAN, A. y BERRY, Leonardo L. (1993). "Calidad total en la gestión de servicios". Madrid: Díaz de Santos. España.
- Hartley Robert F. (1992), "Fundamento de Ventas", 1ra Edición, Edit. Continental, México.
- Robert F. Hartley (1992), "Administración de Ventas" Factores que afectan el volumen de ventas, editorial, ciudad.