



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN UN MERCADO COOPERATIVO, DISTRITO DE
CHORRILLOS (LIMA-PERÚ), 2022”**

Tesis para optar el título profesional de:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Nely Lisett Cecilio LLamocca (0000-0001-6543-3649)

Sara Esther Ramos Andrade (0000-0002-8060-1230)

Asesor:

Antonio Roberto Huachaca Urbina (0000-0003-4784-6524)

Lima – Perú

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 13 de setiembre de 2023 «FSUS»

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	HUGO JESUS SALAS CANALES
Miembro 1	OSCAR DAVID LA CRUZ ARANGO
Miembro 2	MARIA CLAUDIA ESPIRITU MALLAUPOMA

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UN MERCADO COOPERATIVO, DISTRITO DE CHORRILLOS (LIMA-PERÚ), 2022”

Presentado por el(la) bachiller.

NELY LISETT CECILIO LLAMOCCA
SARA ESTHER RAMOS ANDRADE

Para optar al título profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Asesorado(a) por:

ANTONIO ROBERTO HUACHACA URBINA

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Administración de Empresas** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	NELY LISETT CECILIO LLAMOCCA		
Nota (en letras):	Catorce		
Aprobado (x)	Aprobado - Muy buena ()	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Tesista:	SARA ESTHER RAMOS ANDRADE		
Nota (en letras):	Trece		
Aprobado (x)	Aprobado - Muy buena ()	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()


Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



HUGO JESUS SALAS CANALES
Presidente(a) del Jurado



ANTONIO ROBERTO HUACHACA URBINA
Asesor(a)



OSCAR DAVID LA CRUZ ARANGO
Miembro 1



MARIA CLAUDIA ESPIRITU MALLAUPOMA
Miembro 2

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 18 de septiembre del 2023

Señor,

Carlos Zavalaga Reyes

Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación

Universidad Científica del Sur

Presente. –

De nuestra consideración,

Yo: Nely Lisett Cecilio LLamocca y Sara Esther Ramos Andrade, Bachiller de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor: Antonio Roberto Huachaca Urbina, declaramos que este informe final de tesis titulado: "Calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en un mercado cooperativo, distrito de Chorrillos (Lima-Perú), 2022", sustentado para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de nuestra investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos ², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Tesista 1

Nely Lisett Cecilio LLamocca
DNI: 45426462



Tesista 2

Sara Esther Ramos Andrade
DNI:46568560



Asesor de Tesis

Antonio Roberto Huachaca Urbina
DNI: 08665380

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en un mercado cooperativo, distrito de Chorrillos (Lima-Perú), 2022

Autores. Nely Lisett Cecilio Llamocca; Sara Esther Ramos Andrade.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2205891293).

Resultado de la evaluación. 4%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



Dedicatoria

Dedico el los frutos del presente trabajo a toda mi familia, pero en especial a mis amados padres Milagros y Olimpio quienes desde mi más tierna infancia me han sabido inculcar el valor de la perseverancia, disciplina y fuerza de voluntad con su ejemplo, motivándome, inspirándome y alentándome incansablemente para alcanzar mis objetivos, logrando así mi crecimiento personal y profesional.

Nely Cecilio

A Dios, quien ha sido mi guía y sobre todo mi fortaleza que me ha permitido culminar mi carrera profesional. A mis padres Aide y Oscar, por inculcarme valores y principios en este trayecto de mi vida.

Sara Ramos

Agradecimientos

Agradecemos a nuestra casa de estudios la Universidad Científica del Sur, por haber diseñado un programa que valora la experiencia laboral y nos ha permitido darle un valor académico, de igual manera a la Facultad de Ciencias Empresariales y a cada uno de los docentes que a lo largo de los 10 ciclos académicos nos han impartido y compartido su experiencia, su dedicación y su apoyo incondicional para nuestro crecimiento y desarrollo profesional.

Finalmente, expresamos nuestro más profundo agradecimiento al Dr. Antonio Roberto Huachaca Urbina, quien ha sido nuestro asesor durante este proceso y con su experiencia, conocimiento y guía ha permitido el buen desarrollo de este trabajo de investigación.

“Calidad de servicio y su impacto en la satisfacción del cliente en un mercado cooperativo, distrito de Chorrillos (Lima-Perú), 2022”

“Quality of service and its impact on customer satisfaction in a cooperative market, Chorrillos district (Lima-Peru), 2022”

Nely Lisett Cecilio LLamocca
Sara Esther Ramos Andrade
Antonio Roberto Huachaca Urbina

Resumen

A lo largo de la historia, las empresas y entidades han persistido en su esfuerzo constante por valorar la excelencia de sus servicios y, a partir de las conclusiones obtenidas, realizar mejoras con la finalidad de incrementar la satisfacción de sus clientes. El enfoque principal del estudio estuvo dirigido a analizar cómo la calidad del servicio impacta en la satisfacción de los clientes en un mercado cooperativo. Para facilitar la comprensión, se subdividieron ambas variables en cinco dimensiones distintas. Desde una óptica metodológica, este estudio se basó en un enfoque cuantitativo con un enfoque de correlación causal y empleó un diseño no experimental. La muestra consistió en 132 clientes que residían en el distrito de Chorrillos y eran clientes habituales del establecimiento en estudio. Se administró un cuestionario que constaba de 30 preguntas estructuradas en formato de escala de Likert para recopilar datos de los participantes. Tras la recopilación y el análisis de los datos, se pudo constatar de manera concluyente que, existe una correspondencia relevante entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente ($p < 0,05$), tal como lo indica el coeficiente de Nagelkerke obtenido, que se situó en 0,393.

Palabras clave: calidad de servicio, satisfacción del cliente, capacidad de respuesta, expectativa, confianza.

Abstract

After some time, organizations and associations continually try to assess the nature of administration and in view of the outcomes apply upgrades that increment consumer loyalty. The primary reason for this exploration zeroed in on deciding the nature of administration and its effect on consumer loyalty in a helpful market; and, for a superior comprehension, every one of the review factors was partitioned into five aspects. Strategically, the exploration was created under the quantitative methodology, causal correlational degree and the non-exploratory plan was utilized; the example comprised of 132 clients who live in the locale of Chorrillos and make their buys generally in the review foundation, to whom a poll of 30 things organized as the Likert scale was completed. Subsequent to handling and dissecting the data, it was feasible to close the presence of a huge effect between administration quality and consumer loyalty ($p < 0,05$), because of a Nagelkerke coefficient of 0,393.

Keywords: nature of administration, consumer loyalty, responsiveness, assumption, trust.